الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أبي بكر بلقايد -تلمسان-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

تخصص: علم إجماع الاتصال

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل م د موسومة بـ:

صورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية وتأثيرها على منظومة القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية

-دراسة بمنطقة تلمسان-

من إعداد الطالبة: بلجيلالي تورية

إشراف: د. بن لباد الغالي

أعضاء لجنة المناقشة:

أ.د. سعيدي محمد	أستاذ التعليم العالي	جامعة تلمسان	رئيسا
د. بن لباد الغالي	أستاذ محاضر (أ)	جامعة تلمسان	مشرفا ومقررا
أ.د.سيكوك قويدر	أستاذ التعليم العالي	جامعة مستغانم	عضوا مناقشا
د. كرد محمد	أستاذ محاضر (أ)	جامعة معسكر	عضوا مناقشا
د.ة. قريصات الزهرة	أستاذة محاضرة (أ)	جامعة تيارت	عضوا مناقشا
د.بن معمر بوخضرة	أستاذ محاضر (أ)	جامعة تلمسان	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 1437 -1438هـ/2016 -2017م

الإهداء

إذا كان الإهداء يعبر ولو بجزء من الوفاء ...

فالإهداء إلى ينبوع الصبر والتفاؤل والأمل، إلى ... «أمي".

إلى من يحمل في صدره أتعاب حياتي، "أبي".

إلى من لا يطيب لي العيش إلا بهم وبينهم، ..."إخوتي".

إلى كلّ من يبادلني المودة،.... أصدقائي

إلى ناسي وأحبتي، ....طلبة علم الإجتماع الإتصال

إلى رمز الوفاء.....

إلى ...

أينما كانوا وحيثما وجدوا....

أهدي هذا العمل...

ثورية ...

شكر

بعد توجيهي بالحمد والشكر لله عز وجل، أتقدم

بشكر خاص إلى الدكتور **بن لباد الغالي**، على كل

التوجيهات القيمة.

وإلى جميع أعضاء مخبر حوار الحضارات و الديانات في

البحر الأبيض المتوسط.

وعلى رأسهم الدكتور **سعيدي محمد.**

والى كل من أعانني من قريب أو من

بعيد ، على انجاز هذا البحث

مقدمة:

يعتبر المجتمع الريفي الجزائري واحد من المجتمعات القائمة ببنيته الثقافية على التفاعل بين أنماط مختلفة من الثقافات الفرعية، التي تتميز بخصائص ثقافية تكوّن في مجموعها نسقا غنيا بقيمه، وعاداته وتقاليده وأعرافه وضوابطه. والمرأة هي وحدة التحليل في هذا المجتمع بإنتاجها للقيم والمبادئ الأساسية، سواء دورها كأم أو من خلال أدوارها العامة، وبمشاركتها في عملية التنشئة الاجتماعية والتنمية داخل البناء الأسري. فنجد المرأة الريفية الجزائرية تستمد وظائفها وثقافتها من الأسرة التي تمثل محور التفاعلات والعلاقات والوظائف التي تعبّر في كليتها على طبيعة النسق الثقافي والاجتماعي الريفي. كما تحتفظ المرأة في الريف الجزائري ببعض السمات والعناصر الثقافية، التي تميزها عن باقي الفئات الأخرى ،حيث نجد التفاعل والاحتكاك المباشر أثناء العمل، أو الزيارات والمناسبات التي يشتركون في تنظيمها.

إن القيم الريفية تتسم بنوع من الخصوصية وتأخذ مكانة رئيسية وهامة في البناء الاجتماعي، خاصة منها قيمة العمل ،والحياء ،والقرابة القائمة على صلة الرحم والنسب والمصاهرة، والزواج والعيش في إطار عائلي مشترك .غير أن التطورات والتغيرات التي شهدها المجتمع الجزائري مؤخرا في شتى المجالات ،تعرض جزء من هذه العناصر الثقافية لعمليات التغيير والتطوير، أفرزت تحولات قيمية ،وثقافية واجتماعية جديدة نتيجة لتوسع انتشار التعليم ودخول تكنولوجيات الإعلام و الإيصال الحديثة في الوسط الريفي . في فترة الاستقلال تواصلت عمليات التغيرات في المجتمع الريفي في ظل السياسة الاقتصادية والاجتماعية للدولة ،التي عملت على إدماج القطاع الزراعي ومعه المجتمع الريفي في منظورها التنموي وصولا إلى نوع من التجانس مع المجتمع الكلي[1] .

[1] مصطفى مرضى، "المجتمع الريفي:من الاستقلال إلى التبعية معالم ودلالات "،مجلة إنسانيات: المجلة الجزائرية في الأنثروبولوجيا والعلوم الاجتماعية، عدد7، وهران 1999، ص23.

انتهجت الجزائر مخططات التجديد وتطوير المجال الريفي حتى نهاية السبعينيات، حيث ارتكزت الدولة على آليات لدعم القطاع الريفي وفي السنوات التي تبعتها قامت الجزائر بتوسيع الفلاحة الحرة عن طريق التحول نحو اقتصاد السوق .[1]

عملت الجزائر منذ الاستقلال على تشجيع التعليم في المناطق الريفية ، و اعتبرته مجانيا وإجباريا للفئة العمرية (6-14سنة) بقرار سنة 1966، حيث ارتفع معدل الإلمام بالقراءة من (67.6%)سنة 1998 إلى(72.6 %)سنة 2005و انتقل من(84.5%)سنة 1998إلى (68%) سنة 2005 % للفئة العمرية أكثر من 15سنة ، أما معدل الأمية فيشير تقرير التنمية البشرية لعام 2000 أن معدل الأمية في المجتمع الريفي إنخفض في المناطق الريفية من(88.4%) سنة 1966 إلى (51.2 %) سنة 1998 ولكن يبقى التفاوت بين الذكور والإناث أي معدل الأمية (63.7) مقابل(39.8 %) للذكور[2].

يحق لنا اليوم وبعد مرور سنوات من التغيرات في الحياة الاجتماعية للمجتمع الجزائري وما تبعها من أحداث، أن تعود المرأة الريفية الجزائرية في إطار خاص، تدور حوله هذه الدراسة القائمة أساسا من اهتمام علمي نحاول من خلالها أن نبحث في واقعها الجديد بعد هذا التغيير الذي لحق المجتمع الريفي الجزائري، لاسيما بعد انتشار أطباق الاستقبال الهوائية التي تتيح للمشاهد أن يرى عشرات القنوات التلفزيونية الفضائية وفي أماكن مختلفة من العالم. واهتمامات ملحوظة بالقنوات الفضائية العربية على اختلاف توجهاتها ومضامينها، أصبحت سمة رئيسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث، بدأت تتنافس على إرضاء المتلقي واجتذابه من خلال شيوع النماذج الأجنبية المعربة أو ما يعرف "بالمسلسلات المد بلجة" فهي نسخ معرَّبة من برامج أجنبية. يرى عالم الاجتماع **بيير بورديو**

[1]Omar Benbakhti, la stratégie sociale du développement rural (introduction aux méthodes de l'approche participative), éditions Dar El Gharb (Oran), 2004,P 17.

[2]هاشمي الطيب، التوجه الجديد لسياسة التنمية الريفية في الجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم الاقتصاد، تخصص اقتصاد التنمية،كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة تلمسان،2014، ص183.

أن "..الفكرة التي يقوم على أساسها الإختيار هي البحث عما هو مثير، عن ذلك الذي يجذب ويدفع للمشاهدة، يسعى التلفزيون إلى دفع الأمور نحو إضفاء طابع "الدراما" وذلك بمعنى مزدوج :إنه يضع في الصورة واقعا أو حدثا ثم يقوم بالمبالغة في أهميتها وفي صفاتها الدرامية ..وهنا وجه التناقض، فإن عالم الصور تهيمن عليه الكلمات، الصورة لا تعني شيئا دون التفسير الذي يقول: ذلك الذي يجب أن يتم قراءته"[1] ، فالصورة التي تقدم بها المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة إنما تعبر عن أفكار وتصورات تلك المادة، و ليس الواقع الحقيقي الذي تعيشه المرأة في المجتمع اليوم، في محاولة منها لإضعاف دور الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية بالتأثير المباشر على النظام القيمي، كما تسعى إلى تفتيت التوازنات التقليدية ومركزاتها الثقافية والاجتماعية، هذا ما يحدث خلخلة بعض بنيات النسق القيمي الريفي، وتماسكه عبر تشجيع النمط الاستهلاكي المادي.

إن التحدي الكبير الذي يواجه الثقافة الريفية هو تصادم القيم القديمة بما هو جديد من القيم الوافدة التي تنتجها الصورة التلفزيونية، بحيث يتم التأثير بشكل تدريجي وبطيء في جانبه المادي. يرى الدكتور **عبد الرحمن عزي** صاحب نظرية "الحتمية القيمية "أنه في عصر الإيصال المرئي يشكل التلفزيون عصب هذا النمط الاتصالي الجديد، ولكن في واقع الحال الذي يعيشه العالم، يمكن ملاحظة التشوه الذي يصاحب الاتصال المرئي، وذلك لابتعاد الاتصال عن الأصول الفلسفية والأخلاقية للمجتمع، ويتمثل هذا التشوه في اعتماد الاتصال المرئي على إقصاء القيمة، واعتماد الحاسة البصرية على حساب الحواس الأخرى، وتراجع العمليات الذهنية العليا من مقارنة وتحليل واستنباط، و من ثم تقلص دور العقل المرتبط بالمعتقد و هو ما خلق المجتمع القائم على القيم ذات الأبعاد الإنسانية و الحضارية [2].

---

[1] بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الحلوجي، دار كنعان للدراسات و النشر (دمشق)، ط1 ، 2004، ص50.

[2] بوعلي نصير وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مكتبة إقرأ للنشر و التوزيع، ط1، 2009، ص33.

إن موضوع المرأة الأجنبية في الطرح التلفزيوني الفضائي العربي يعد ظاهرة اجتماعية، فالمسلسلات المدبلجة تقدم المرأة بصورة مختلفة عن عاداتنا وتقاليدنا وقيمنا الدينية والاجتماعية والثقافية، و قد يؤدي هذا إلى تغيير أنماط السلوك و القيم لدى المرأة الريفية ،و إشراكها في هذا التحول لتأخذ أدوار جديدة تأثر على منظومتها القيمية. وبناء على ما تقدم فإن هذه الدراسة تلقي الضوء على صورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية و تأثيرها على منظومة القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية.

و قد جاءت هذه الدراسة لسد الفراغ الموجود على مستوى المكتبات التي ترتكز بالتحديد في مجال بحثها على صورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية، وخاصة أن هذه الدراسة قد ركزت في تحليلها على المسلسلات الأجنبية المدبلجة (التركية والهندية والكورية) من خلال دراسة مكملة للدراسة الميدانية .

وتنقسم هذه الدراسة إلى خمسة فصول تمثل **الفصل الأول** مفهوم الصورة والقيم، وفيه تم التطرق إلى نشأة وتطور الصورة، مفهوم اللغوي والاصطلاحي والسيميوطيقي للصورة، والفرق بين الصورة الذهنية والنمطية .ثم الدلالة اللغوية والاقتصادية والاجتماعية والفلسفية للقيم، والمفاهيم الإجرائية.

كما استهدف **الفصل الثاني** البث الفضائي وصورة المرأة من خلال مبحثين، البث التلفزيوني الفضائي وعلاقته بالنسق ألقيمي، وفيه تم التطرق إلى لمحة تاريخية عن تطور القنوات الفضائية، والبث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية، مرورا بالفضائيات العربية والاتصال الجماهيري ثم البث الفضائي الوافد و أزمة القيم، فيما تناول المبحث الثاني صورة المرأة في القنوات الفضائية العربية و فيه تناولنا صورة المرأة في التلفزيون وصورة المرأة في الإشهار، وصورة المرأة في الفيديو كليب، وصورة المرأة في الإعلان.

أما الفصل **الثالث** فيتمثل في نتائج الدراسة التحليلية والذي جاء مدعما ومكملا للدراسة الميدانية، حيث تضمن مجتمع البحث وعينة الدراسة التحليلية، وقد اعتمدت الدراسة على أداة تحليل

المضمون لتحليل عينة من المسلسلات المدبلجة، من خلال تحديد فئات ووحدات تحليل المضمون لاستخراج أهم النماذج النسائية وتحليل صورها و ذلك حسب الحالة الاجتماعية والدور الاجتماعي للشخصيات الدرامية، نوع الطبقة الاجتماعية وأنواع التواصل الاجتماعي ومستواها الاقتصادي ومظهرها الخارجي ثم طرح أهم النتائج الدراسة التحليلية.

كما قد استهدف **الفصل الرابع** الجزء التطبيقي من الدراسة الميدانية والذي جاء فيه مجالات الدراسة الميدانية، المجال المكاني و الزماني و البشري، و منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات وعينة الدراسة الميدانية وطريقة اختيارها.

فيما استهدف **الفصل الخامس** نتائج الدراسة الميدانية. وجديرا بالذكر الصعوبات المتوقعة قبل الدراسة كانت بارزة و حاضرة بدءً من مرحلة جمع المعلومات، والممثلة في قلة المراجع حول الإعلام الاجتماعي ودراسات حول المرأة الجزائرية الريفية، ما واجهتنا صعوبات في الدخول إلى مجتمع الدراسة وإختيار العينة وخاصة أن المجتمع الريفي المحلي نوعا ما منغلق لا يتفاعل منذ البداية مع الأجنبي وبخاصة المرأة الريفية ما زالت تخضع لسلطة الرجل.

1. أسباب اختيار الموضوع:

تعود مبررات اختيارنا لهذا الموضوع إلى عدد من الدوافع الأساسية ،منها ما هو علمي له علاقة بمجال التخصص، هذا فضلا عن استحواذ المشكلة على اهتمامنا و رغبتنا البحث فيها، وعليه فان الأسباب التي أدت إلى اختيارنا لموضوع **صورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية وتأثيرها على منظومة القيم لدي المرأة الريفية الجزائرية.**

①– ذلك الحضور القوي والبارز للمرأة الأجنبية في فضائياتنا العربية من خلال المسلسلات المدبلجة وما تقدمه من نماذج عن المرأة الأجنبية، تبعث في أنفسنا تشخيص حقيقتها انطلاقا من تعلقنا بإنجاز هذا البحث، الذي يشكل في اهتمامنا رغبة ملحّة في مكاشفة الواقع الذي ترسمه هذه المسلسلات المد بلجة عن المرأة.

كما أنّ فضولي العلمي إزداد رسوخا حول ما قد تتسبب فيه هذه النماذج الأجنبية من تأثيرات سلبية على قيم المرأة الريفية الجزائرية، وخاصة مع إنتشار البث الفضائي مفصلا لنا على مقاس إعلامه دور المرأة في المجتمع، حيث يكون التخاطب مع جسد المرأة أكثر من عقلها و فكرها.

②- إن التحديات التي يشكلها البث الفضائي العربي على المجتمع الجزائري عامة والمجتمع الريفي خاصة بأنساقه المختلفة، تقتضي الاستجابة الفاعلة لمعرفة ماهية تلك التحديات، ومضامينها بالنسبة لمنظومة القيم لدى المرأة الريفية على اعتبار أنّ القيم أحد موجهات السلوك الإنساني.

③- كما جاء اختياري لهذا الموضوع أنه يجمع بين ثنائية الأصالة والمعاصرة، الممثلة البحث في المجتمع الريفي بخصوصياته الثقافية ونسقه القيمي والصورة التلفزيونية كمعطى جديد تفرضه ثورة الاتصال.

2. أهمية الدراسة:

تتضح أهمية هذا البحث من خلال النقاط التالية :

أن المجتمعات العربية ليست بمعزل عن التطورات التي تحدث في العالم، وإنما تتأثر بشكل مباشر أو غير مباشر بالتغيرات العالمية التي تحدث على كافة المستويات، ومن هنا فإن الإعلام العربي يتأثر بالإعلام العالمي الذي يعمل على توطين مضامينه التي لا تتناسب مع خصوصيات المجتمعات العربية الإسلامية، والتي تستهدف فئات عديدة من بينها "المرأة " كبنية أساسية داخل الأسرة العربية، هذا التباين أدى إلى إحداث تحولات على مستوى الأنساق والبنيات الثقافية والسلوكية المجتمعية.

كما تنبع أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج مشكلات رئيسية تواجهها المرأة الريفية الجزائرية وتتمثل في ثقافة الصورة التلفزيونية التي تمرر عبر البث الفضائي العربي، ونظرا للتفاعلات التقليدية القائمة على الاتصال المباشر الذي يميز المجتمع الريفي، إرتأينا معرفة حصيلة البدائل الاتصالية الحديثة من خلال تأثير الصورة التلفزيونية على الأنساق القيمية.

3. أهداف الدراسة:

إن الهدف الرئيسي الذي تسعى هذه الدراسة الوصول إليه يتمثل أساسا في:

أولا: رصد وتحليل مضامين المسلسلات الدرامية المد بلجة المقدمة في الفضائيات العربية(mbc1، mbc4وmbcدراما) للتعرف على مختلف نماذج الصور التي تعكسها هذه المسلسلات للمرأة الأجنبية وذلك من خلال: **الأدوار الاجتماعية** التي تم التعرض لها عند الحديث عن المرأة **والحالة الاجتماعية**، **ونمط التواصل الاجتماعي**، **ونوع الطبقة الاجتماعية**، **والمستوى الإقتصادي**، **والمظهر الخارجي**.

ثانيا: كما تسعى الدراسة الميدانية إلى فهم وتحليل، وتفسير تأثيرات الصورة التلفزيونية (صورة المرأة الأجنبية) خلال العملية الاتصالية على منظومة القيم لدى المرأة الريفية، وذلك من خلال معرفة :

☜طبيعة العلاقة الإرتباطية بين خصائص المبحوثات، حجم التعرض، عادات وأنماط المشاهدة.

☜طبيعة العلاقة الإرتباطية بين بعض القيم الشائعة في المجتمع الريفي(الحياء، القرابة، المال، العمل،) ومتغيرات الصورة التي أبرزتها المسلسلات المد بلجة عينة الدراسة.

وتم تحقيق هذه الأهداف من خلال ما يلي:

- دراسة تحليلية لمضامين المسلسلات الدرامية المدبلجة المقدمة في الفضائيات العربية عينة الدراسة(تحليل المضمون).
- دراسة ميدانية بريف تلمسان (ريف بني سنوس).

4. تحديد مشكلة الدراسة:

شهدت المجتمعات العربية في السنوات الأخيرة مجموعة من التغيرات السريعة والمتلاحقة في العديد من الجوانب الاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، والفكرية، وكان لهذه التغيرات أثارها على البنية المجتمعية، واضطراب منظومة القيم الموجهة لسلوك الأفراد و تصرفاتهم ،و ظهر على مستوى

البنى المجتمعية حالة تبني الذات القيم اللآمعيارية، مما يدل على أن اختلالا قد حدث داخل هذا النسق القيمي، لعل من أهم التغيرات التي طرأت على المجتمعات العربية هو ذلك التطور في تكنولوجيات الاتصال الذي أدى إلى شيوع قنوات البث الفضائي وانتشارها على اختلاف توجهاتها، حيث بدأت تتسابق على إرضاء الجمهور العربي و اجتذابها له من خلال إشاعة النماذج الأجنبية المعربة أو ما يعرف "**بالدراما المدبلجة**" فهي نسخ معربة من برامج أجنبية تتعارض مع قيم و عادات المجتمع العربي و تقاليده وأنماطه الاجتماعية، وأصبحت ثقافة الصورة جزأ من سلطة المعرفة الحديثة التي تسيطر عليها التكنولوجيا. ولا شك أن المرأة الريفية من بين الفئات المستهدفة من هذه الصناعة، وبناء على ما تقدم فقد ارتكزت إشكالية هذه الدراسة بصفه جوهرية على ثلاث متغيرات: المرأة الريفية الجزائرية كعنصر متلقي للصورة، الصورة كمادة اتصال تقيم علاقة بين المرسل و المتلقي، منظومة القيم.

واستنادا إلى ما سبق ولمعالجة هذا الموضوع قمنا بطرح التساؤل العام التالي:

إلى أي مدى تتأثر منظومة القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية، بفعل التعرض لنماذج صور المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية ؟

وقد تفرع عن هذا السؤال المحوري التساؤلات الفرعية التالية:

✧هل مازالت المرأة الريفية محافظة على قيمة **الحياء**، أم أنها تأثرت **بالمظهر الخارجي** للمرأة الأجنبية في الفضائيات العربية؟ .

✧هل مازالت المرأة الريفية محافظة على قيمة **القرابة**، أم أنها تأثرت **بأنماط التواصل الاجتماعي** لدى المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية؟ .

✧هل مازالت المرأة الريفية محافظة على قيمة **المال**، أم أنها تأثرت **بالمستوى المادي** للمرأة الأجنبية في الفضائيات العربية؟ .

✧هل مازالت المرأة الريفية محافظة على قيمة **العمل**، أم أنها تأثرت **بالأدوار الإجتماعية** التي رسختها المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية؟ .

5. فرضيات الدراسة:

يؤدي التعرض اليومي والدائم لنماذج صور المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية، إلى تراجع بعض القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية

1- تؤدي المشاهدة الدائمة لمظهر المرأة الأجنبية غير المحتشم في الفضائيات العربية، إلى تراجع قيمة الحياء لدى المرأة الريفية الجزائرية بمحاولة تقليد مظهرها الخارجي.

2- تتأثر قيمة القرابة لدى المرأة الريفية، بأنماط التواصل الاجتماعي لدى المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية.

3 – تتأثر قيمة المال لدى المرأة الريفية بالمستوى المادي للمرأة الأجنبية في الفضائيات العربية، حيث تطغى مظاهر الشراء والاستهلاك على حساب الوضع الاجتماعي للمراة الريفية.

4- تتأثر قيمة العمل لدى المرأة الريفية بالأدوار الاجتماعية التي رسختها المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية.

6. الدراسات السابقة:

أولا- دراسات تناولت البث الفضائي والقيم:

1- نصير بوعلي، أثر البيت التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، دراسة تحليلية ميدانية، أطروحة دكتوراه الدولة في العلوم والاتصال، جامعة الجزائر، قسم علوم الاتصال، 2002 - 2003.

ترتكز مشكلة الدراسة في محاولة معرفة الأثر (أو التأثيرات) الذي يمكن أن يحدثه البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري. تعرضت الدراسة لعلاقة حجم التعرض لهذه القنوات الفضائية ونوعية البرامج المتعرض لها، ومدى الإختيار بينها، وكذا معرفة مجالات التأثير المتعددة من

جراء المشاهدة المتعددة والمتنوعة لهذا الكم الهائل من البرامج الفضائية. سعت هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- معرفة أنواع القيم الإيجابية والسلبية التي تفرزها عينة من الأفلام المقدمة في الفضائيات الفرنسية.
- معرفة عادات المشاهدة.
- معرفة نوعية البرامج أو المحتويات التي تشد إليها المشاهد.
- معرفة العلاقة الإرتباطية بين آثار مشاهدة الفضائيات على القيم لدى الشباب، والمتغيرات الذاتية والإجتماعية (النوع، الإقامة، المهنة، المستوى التعليمي).

استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي الوصفي. واعتمدت على أداة تحليل المحتوى في جميع بيانات الدراسة التحليلية، حيث تم اللجوء على إختيار عينة من القنوات الفضائية الأجنبية شملت القنوات الفضائية الفرنسية الثلاثة، تم إختيار فئة التحليل القيم الثقافية كأساس التحليل، كما إستخدم أدات الإستمارة للدراسة الميدانية موجهة لعينة من الشباب. لقد أظهرت النتائج أن:

- بعض الأفلام قي الفضائيات تهتم بالموضوعات السلبية أكثر من الإيجابية، حيث إتضح من تحليل إجمالي القيم المعروضة في أفلام عينة الدراسة، إرتفاع نسبة القيم السلبية ب62,8 % كما بلغت القيم الإيجابية ب 37,8 % فمضامين الدراما الأجنبية ركزت على العنف، والجريمة، والعدوانية بالدرجة الأولى.
- تساهم برامج الفضائيات بقسط كبير في القضاء على مصادر الثقافة الأخر، حيث تبين وجود تأثير من جراء إستعمال الفضائيات على الأنشطة الأخرى التي يمارسها المتلقى، فقد كان التأثير بشكل مطلق على عادات الذهاب إلى السينما وبدرجة أقل على الراديو والقراءة. مما يعني أن التأثير متباين من وسيلة إلى أخرى.

– هناك إرتباط إيجابي بين عدد سنوات التعرض والنظرة للثقافة الغربية عموما ،كما تزداد السلوكيات المقلِّدة لآخر في نمط الملبس والتغذية والنزعة الإستهلاكية وبعض السلوكيات[1].

2– عبد الناصر عزوز، أثر البث الفضائي التلفزيوني في تغيير القيم الاسرية دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة المسيلة ، أطروحة دكتوراه في علم الإجتماع الثقافي، قسم علم الإجتماع، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر (2010–2011):

تسعى الدراسة لمعرفة أثر البث الفضائي التفزيوني على القيم الأسرية، وحاولت الدراسة التركيز على خمسة قيم يراها الباحث أكثر أهمية من مثيلاتها:– قيمة المحافظة على العلاقات الإجتماعية، والقرابة داخل الأسرة، قيمة الحياء، قيمة المحافظة على آداء بعض الشعائر التعبدية، قيمتي المال والإنفاق والإستهلاك، حاولت الدراسة الإجابة على السؤال الرئيسي التالي: هل تتأثر القيم الأسرية وتتغير بفعل التعرض لبرامج القنوات الفضائية الوافدة وما طبيعة هذا التغيير؟

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مظاهر التغيير الذي تعرض له البناء الأسري في المجتمع الجزائري، وبالضبط التغير الذي طرأ على القيم تحت تأثير البث التلفزيوني الفضائي الوافد لاسيما بعد التحولات والتغيرات التي شهدها المجتمع الجزائري في الآونة الأخيرة، في مجالات الحياة المختلفة والثورة التي عرفها في ميدان المعلوماتية والتكنولوجيا.

تسعى الدراسة إلى:

* الكشف عما إذا كان البث الفضائي قد ساهم في إحداث تغيرات على القيم الأسرية التقليدية، والأصلية في المجتمع الجزائري والكشف عن مظاهر التغيير في القيم الأسرية.

* معرفة طبيعة وعادات المشاهدة بين الأسرة الجزائرية.

* معرفة القنوات والبرامج المفضلة.

---

[1] نصير بوعلي، أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، دراسة تحليلية ميدانية، أطروحة دكتوراه الدولة في العلوم والإتصال، جامعة الجزائر، قسم علوم الإتصال: 2002 –2003.

* الكشف عن طبيعة التغير الذي حدث على القيم الأسرية التالية: قيمة الحياء في الأسرة، المحافظة على العلاقات الأسرية والقرابة والحرص على إستمرارها، قيمة المحافظة على آداء بعض الشعائر التعبدية، قيمة المال وطريقة حيازته، قيمة الإنفاق والإستهلاك المنزلي.

– وقد إستخدم الباحث منهج المسح، وأجرى دراسته على التحليلية على قنوات فرنسية (TF1،M6،F2) بما يعادل 36 فيلما دراميا، وعينة للدراسة الميدانية، نظمت (500) مفردة. وقد استخدم تحليل المضمون وإختيار فئة القيم كأساس لتحليل الأفلام، كما صمم إستمارة إستبيان شملت على مجموعة من القيم الإيجابية والسلبية.

– وكشفت نتائج الدراسة التحليلية، أن الأفلام تركز على الموضوعات السلبية. كما بينت أن كلما إزداد التعرض للمشاهدة اليومية للقنوات الفضائية كلما إزدادت إحتمالية التعرض للآثار الإجتماعية السلوكية السلبية، كما كشفت أن غالبية أفراد العينة يميلون بشكل نسبي إلى الثقافة الغربية في أغلب المتغيرات الثقافية، كما يوجد ميل في الوقت ذاته للثقافة الأصلية[1].

3– السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة إستطلاعية بمنطقة البليدة، أطروحة دكتوراه، دولة في العلوم الإعلام والإتصال، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر، 2005–2006:

تندرج هذه الدراسة في محاولة معرفة أثر وسائل الإعلام من خلال القيام بتوزيع إستمارة على عينة من الشباب الجزائري بمنطقة البليدة. وتأخذ هذه الدراسة القيم والسلوكيات كمتغير تابع، ووسائل الإعلام كمتغير مستقل وتحاول عن طريق مقترب وصفي تحليلي أن تفصل المتغيرات الرئيسية التي تؤثر على المتغير التابع وتبحث في العلاقة فيما بين المتغيرات. وتنقسم فرضيات الدراسة إلى أربع محاور: محور عادات إستعمال وسائل الإعلام، محور يتعلق بالمضامين التي تنال إهتمام الشباب أكثر،

[1] عبد الناصر عزوز، أثر البث الفضائي التلفزيوني في تغيير القيم الاسرية – دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة المسيلة، أطروحة دكتوراه في علم الإجتماع الثقافي، قسم علم الإجتماع، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر (2010–2011).

محور يتناول العلاقة بين إستعمال وسائل الإعلام والإرتباط بالقيم، محور يخص العلاقة بين إستعمال وسائل الإعلام والقدرة على تجاوز بعض السلوكيات السلبية.

لقد إعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي لمسح الأدبيات الخاصة بكل مفهوم من مفاهيم الدراسة، وكذلك من معرفة الوضع الحالي بظروفه وإتجاهاته فيما يتعلق إستعمال الشباب لوسائل الإعلام، كما استخدم المنهج المسحي التحليلي الذي يحاول أن يصف ويشرح لماذا توجد إتجاهات محددة في وضع ما.

إعتمد الباحث على أداة المقابلة المقننة واستمارة استبيان، لغرض أن يكون حاضرا في العينة ذوي المستويات الدنيا (الابتدائي) والذين يجدون صعوبة في فهم أسئلة الاستمارة وبخاصة ما يتعلق بالقيم[1].

ثانيا- دراسات تناولت صورة المرأة في السينما العربية:

لا تختلف صورة المرأة العربية في الأفلام السينمائية عما هي عليه من صورتها في المادة المكتوبة والمذاعة، حيث أن الطابع الغالب على هذه الصورة هو التسطيح و التبسيط المبالغ فيه، وبشكل يخلو من العمق الدرامي أو الأبعاد النفسية التي تعمل على تحليل الشخصيات، بما يقدم المرأة في صورة لا تعبر إلا عن فئة من النساء.

وتشير إحدى الدراسات عن صورة المرأة في الأفلام السينمائية، اشتملت على شخصيات نسائية احتلت أدوارا إجتماعية متعددة ومستويات إقتصادية مختلفة، إلى أنه على الرغم من هذا التعدد، فإن المرأة ظهرت من خلالها في دورها التقليدي والأنثوي، حيث صورت المرأة العربية ككائن لإمتاع الرجل، فلا تشغلها القضايا العامة في مجتمعها، ولا تتأثر بمشكلاته القومية أوالسياسية أو الإقتصادية[2].

[1] السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة إستطلاعية بمنطقة البليدة، أطروحة دكتوراه، دولة في العلوم الإعلام والإتصال، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006.

[2] محمد علي اليدوي، دراسات سوسيو-إعلامية، دار النهضة العربية (بيروت)، ط1، 2006، ص127.

أ. صورة المرأة في السنيما الجزائرية :

تناولت دراسة "عواطف زراي " التي تناولت صورة المرأة في السينما الجزائرية :تحليل نص سيميولوجي لفلم" القلعة "و "نوبة نساء جبل شوة" .لقد اشترك الفلمان في طرح موضوع موحد والممثل في وضعية المراة في المجتمع الجزائري لكن كيفية الطرح تختلف جاء في فام (نوبة) الطرح مباشر قاصدا المراة بالذات ،كما أن موضوع الفلم عالج علاقة المرأة بالماضي التارخي للثورة الجزائرية. أما (القلعة) تطرق الى قضيتين أساسيتين قضية الزواج و إستغلال المرأة كاستثمار اقتصادي، تم ربطها بالرجل فأصبح هذا الأخير الواجهة ،أما المرأة فموقعها كان في الظل حيث رسمت في صورة التقليدية التابعة للرجل، كما إقتصر تقديمه للمرأة في في صورة المرأة التقليدية الماكثة في البيت، لا تخرج منه إلا في الحالات النادرة (عرس ،جنازة ،زيارة زاوية)، و التي لا عمل لها سوى غزل الصوف و صنع الزرابي.إختلفت المكانة الإجتماعية التي تمنح لها في الفلمين، في الفلم الاول تعمد بقاء الرجل بعيد عنها لأنه ضمنيا يهدف إلى فصل علاقة التبعية التي تربط المرأة به، أما الفلم الثاني وعلى النقيض فقد عمل على إبراز وتكريس هذه العلاقة، وعلى الرجل أن يبقى هو الوصي الشرعي على المرأة ،و لقد ارتبط وجود المرأة داخل الفلمين بتواجدها داخل فضاء معين، و لقد اختلف الفلمان في طرقة توظيف عنصر الفضاء الفلم الأول وظفه لكي يكون أداة تعبيرية عن حرية المرأة، أما الثاني فوظفه بين الضغط الذي يمارسه هذا الفضاء من أجل كبح حريتها .

تعتبر السينما أهم الأجهزة الإيديولوجية التي تستعمل لغرض تمرير رسائل ضمنية تحمل أفكار منتجيها و لهذا جاء فيلم (نوبة)مرآة عاكسة للصورة الذهنية التي تحملها 'آسيا جبار 'عن المرأة التي طالما كتبت عنها في نصوصها الأدبية، هذه الصورة ذات توجه نسوي بحت يدعو إلى تحرر المرأة عبر (الفضاء،النظرة ، الكلام و الحس)، هذه القواعد الأربع هي بمثابة المبادئ الأساسية التي إعتمد عليها فكر 'آسيا جبار'، أما فلم (القلعة) حمل مضمون إديولوجي من منظور آخر معاكس، فالمرأة عند 'محمد شويخ'جاءت صورتها تقليدية تعبر عن تلك المرأة الضعيفة و المقهورة المستسلمة. هذا ما يدل على حقيقة المرأة في القرية لكن ليست هي الحقيقة الموجودة في الواقع لأن هذه الصورة عكست

وضع المرأة التقليدية فقط و تم إغفال و تهميش المرأة الحضرية، و بالتالي جاءت صورة المرأة التقليدية غير مواكبة للتطور التي تعيشه المرأة الجزائرية [1].

ب. صورة المرأة في السينما المغاربية:

بتخلص جوهر دراسة نفيسة نايلي (2012): صورة المرأة في السينما المغاربية: دراسة تحليلية نصية لعينة من الأفلام الجزائرية والتونسية والمغربية في الفترة 2005-2009، في التعرف على مختلف التطورات التي عرفها الفن السابع في كل من الجزائر، تونس، المغرب، في معالجته لقضية المرأة الإجتماعية على صورة المرأة في السينما المغاربية، من خلال تحليل عينة من الأفلام الإجتماعية التي أنتجت من خلال الفترة 2005-2009 وتمثل إشكاليته في التساؤل التالي: ماهي الصورة الذهنية التي صنعتها السينما المغاربية للمرأة من خلال الأفلام الجزائرية والتونسية والمغاربية؟ و أوضحت نتائج الدراسة :

أوجه التشابه:

1- ركزت كل أفلام الدراسة على توظيف صورة متنوعة للمرأة المتعلمة، الماكثة في البيت، لمطلقة، العزباء ...إلخ. وذلك للتعبير عن شكل أوضح عن وضع المرأة داخل هذه المجتمعات.

2- حاول مخرجي هذه الأفلام تسليط الضوء على علاقة الرجل بالمرأة من الناحية الاجتماعية، ودوره في إنصافها أو ظلمها بغية توضيح مكانة المرأة في المجتمع المغاربي، الذي يعد مجتمعا ذكوريا بالدرجة الأولى.

3- ركزت هذه الأفلام على إبراز الطابع العصري والتقليدي على حد سواء للمرأة في المجتمع المغاربي.

4- وظفت كل الأفلام النمط المعيشي الحديث للمرأة، على الرغم من أن هناك جانب آخر تقليدي ظهر في هذه الأفلام وقد أراد مخرج هذه الأفلام دعوة المرأة للتحضر والخروج من قوقعتها.

[1] عواطف زراي، صورة المرأة في السينما الجزائرية تحليل نصي سيميولوجي لفيلمي "القلعة و "نوبة نساء جبل شنوة"، رسالة ماجيستر في علوم الإعلام والإتصال ، كلية العلوم السياسية و العلوم و الإعلام ،جامعة الجزائر،2002.

5- جسدت كل أفلام العينة معاناة المرأة في مجتمعها بصفة عامة وداخل أسرتها بصفة خاصة.

6- ركزت هذه الأفلام على القيم الاجتماعية والثقافية للمرأة داخل مجتمعها وأهملت القيم الدينية التي يتم توظيفها بصفة محتشمة.

أوجه الإخلاف:

1- ركز كل من المخرجان التونسي والمغربي على جسد المرأة، إبراز مفاتنها، بينما اكتفى المخرج الجزائري على تسليط الضوء على معاناة المرأة وانشغالاتها مع الحرص على توظيفها بصورة محترمة.

2- ركز الفلمين الجزائريين على النمط المزدوج لحياة المرأة داخل مجتمعها ثم توظيف المرأة الماكثة في البيت، والمرأة العصرية التي تعتمد على نفسها لتعيش.

3- تعرض الفلم الجزائري لظاهرة العنف الجسدي ضد المرأة، أما الأفلام الأخرى ركزت على العنف المعنوي بصورة واضحة[1].

[1] نفيسة نايلي (2012)، صورة المرأة في السينما المغاربية: دراسة تحليلية نصية لعينة من الأفلام الجزائرية والتونسية والمغربية في الفترة 2005-2009، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإجتماع والإتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر3، 2012-2013.

الفصل الأول: مفهوم :الصورة و القيم

مفهوم الصورة :

أولا: نشأة و تطور الصورة

ثانيا: المفهوم اللغوي

ثالثا: المفهوم الاصطلاحي

رابعا: المفهوم السيميوطيقي

خامسا: الصورة النمطية والذهنية

مفهوم القيم :

أولا: الدلالة اللغوية لمفهوم القيمة

ثانيا: الدلالة الإقتصادية لمفهوم القيمة

ثالثا: الدلالة الفلسفية لمفهوم القيمة

رابعا: الدلالة الإجتماعية لمفهوم القيمة

1- مفهوم الصورة:

أولا- نشأة وتطور الصورة:

كان إنسان ما قبل التاريخ يستخدم في ذلك الحين رسومات بسيطة جدا ،إذ لم يكن يرسم سوى الخطوط الضرورية للتعرف إلى ما تمثل إنها كتابات تصويرية، و تستطيع أن تكون مدمجة لتحرير رسائل مختلفة والواقع أنه لم تكون الصورة ذات دلالة أو ذات معنى متفق عليه فإن قيمتها تصبح محدودة كعنصر مساعد في عملية الاتصال، وفي حوالي أربعة ألاف قبل الميلاد بدأت تظهر النقوش التي يبدو أنها كانت مرتبطة بالمعنى وقد حدث ذلك في مملكة مابين النهرين ومصر فإن هذه النقوش كانت بارة عن صور بدائية مرسومة أو محفورة على جدران المباني مخلال نسبة قصيرة نسبيا من الزمن أصبح تبين المعاني أو وضعها في صيغ إصطلاحية متفق عليها، وبهذا كانت الصورة وبخاصة التماثيل شكلا أخرا مهما من أشكال الإتصال بل والدعاية أيضا في العالم القديم ومن أبرز أمثلة ذلك في عصر أغسطيس سوف يؤثر هذا الفن الرسمي الروماني فيما بعد في أيقنة الكنيسة وفي كلتا هاتين العقدين كانت الرمزية خاصية للفن الديني الرسائل التي ينقلها أما الإسلام فقد حرم إستخدام الشكل الإنساني في الفن الديني ومع هذا كان العرب أول من درس ظاهرة سقوط الأجسام و وضع أسس فن التصوير الضوئي[1]

تعرّف الإغرق على المبادئ الأساسية لصناعة الصورة، وفي قرون لاحقة عكف العلم العربي (الحسن إبن الهيثم) على تحقيق حلم إنتاج الصورة حيث جرب إنعكاس الضوء بالصورة المقولبة داخل صندوق مظلم و لكن لم يتم تجسيد الحلم إلا في بدايات القرن التاسع عشر ،في عام 1822 أجرى الفرنسي (نيسيفور نايبس)أول تجربة تصوير و تم إلتقاط أول إلتقاط أول صورة فوتوغرافية في عام 1827 من قبل ظابط متقاعد في الجيش الفرنسي أطلق عليها (هيليوغراف)أي صورة شمسية ، ولم تبدا الصورة من الناحية الواقية إلا سنة 1839 فقد إخترع (لويس داغر)طريقة تحميض الصورة الثابتة الملساء على لوح فضي ، حيث إعتبر هذا العام تاريخا للاكتشاف فن التصوير الطباعي، وفي

[1] عبيدة صبطي نجيب بخوش الدلالة والمعنى في الصورة دار الخلدونية (الجزائر) ط1 2009 ص 67

العام الثاني إكتشف الإنجليزي (ويليام تالبوت) آلية الحصول على صورة مثبة على ورق تصويري،وكان المصور "إدوارد مووي بريدج"(1830-1904) البريطاني الأصل وقد تم إختارة من قبل حاكم كاليفورنيا للالتقاط صورة متحركة لسباق الخيل المفضل [1].

تغير الدور الذي لعبته الصورة عبر التاريخ بشكل مؤثر فمثلا تطور الفن الذي نشأ أصلا بوصفه تعبيرا عن المذاهب الدّينية تطور عبر الزمن وأصبح موضوعا ذا قيمة محصورة في طبقات الأثرياء فقط ثم أنه أصبح في النهاية موضوعا يتعلق بالسياق الخاص بتجارة الفن في عالم اليوم وهو ذلك العلم الذي يستطيع فيه المشترون أن يشتروا الفن بوصفه منتجات أو سلعا.

ومن المألوف في تراث النظرية البصرية إستدعاء عصر التنوير كنوع من الخلفية أو البداية الحقيقية التي يمكن بناء التصورات الحديثة حول المجال البصري على أساس منها على أنه نوع من التوارث الفكري الذي إمتد من "هيجل" إلى "لاكان" عبر"سارتر" و يمكن تصور عصر التنوير موجود بشكل مركب في العلم وفي الفلسفة والفن في أوروبا بشكل عام في العقد الاجتماعي.

أشار "روسو" إلى أهمية تعليم المواطنين أن يروا الموضوعات كما هي علية وقد تميز الإنتقال إلى الحداثة حسب "هايدجر" ليس فقط بإستبدال صورة العالم الحديثة بصورة العالم القديمة ولكن أيضا بتحول العالم نفسه بوصفه صورة ولم تعد هذه الصورة تعني مجرد نسخة أو محاكاة للعالم فكلمة صورة تعني الآن صورة منتظمة أو متشكلة والتي هي ناتج للقدرة التمثيلية الخاصة بالذات الحديثة تخلق الواقع من خلال التمثيل.

وعلى الشاكلة نفسها لعبت الصورة الفوتوغرافية كثيرا من الأدوار المتنوعة و ذلك منذ ظهورها في بدايات القرن التاسع عشر وقد اشتملت هذه الأدوار على أدوار خاصة بالفن والعلم والتسويق والقانون والذاكرة الشخصية[2].

[1] صلاح عبد الحميد، الإعلام وثقافة الصورة، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع (القاهرة)، ط1، 2013، ص164.

[2] شاكر عبد المجيد، عصر الصورة السلبيات والإيجابيات، عالم المعرفة (الكويت)، ب ط، 2006، ص 72.

ثانيا–الصورة لغة:يفيد لفض الصورة في اللغة العربية معاني عديدة منها التمثيل لشيء أو التدليل على حقيقة هذا الشيء أو وصف وتجسيد لهذا الشيء.

فالصورةبالضَم: الشكل،جمع(ج):صُوَرٌ وصِوَرٌ وتستعمل الصُّورَةُ بمعنى النوع والصفة[1].

①– الصُورَةُ:جمع صُوَرٍ وصِوَرٍ:الشكل.

②– الصُورَةُ: الوجه.

③– الصُورَةُ: الصفة.

④– الصُورَةُ: الهيئة.

⑤– صورة الشيء: خياله في الذهن والعقل[2].

في لسان العرب،في أسماء الله تعالى: المصَوِّرُ هو الذي صَوَّرَ جميع الموجودات ورتّبها، فأعطى كل شيء منها صورة خاصة وهيئة مفردة يتميز بها على اختلافها وكثرتها، وصَوَّرتُ الشيء: توهمت صورته فتصور لي

والتصاوير: التماثيل ويقال صورة الفعل كذا وكذا، هيئته، وصورة الأمر كذا وكذا صفته[3].

الصورة في اللغة: الشكل، والصفة، والنوع، ولها في عرف العلماء عدة معاني:

☜الصورة :هي الشكل الهندسي المؤلف من الأبعاد التي تتحدد بها نهايات الجسم، كصورة الشمع المفرغ في القالب، وهي الشكل الهندسي. ومن قبيل ذلك صورة التماثيل والأنف والجبل، فهي تدل على الأوضاع الملحوظة في هذه الأجسام كالإستدارة، والإستقامة، والإعوجاج...إلخ.

☜والصورة هي الصفة التي يكون عليها الشيء، كما في قولنا: إن الله خلق آدم على صورته.

☜والصورة هي النوع، يقال: هذا الأمر على ثلاث صواري على ثلاث أنواع، يقال صورة الإنتاج أي أنواع الإنتاج.

---

[1] مجد الدين الفيروزآبادي، القاموس المحيط،دار الحديث (القاهرة)، مجلد واحد، ب ط،2008 ،ص955.

[2] عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط، دار الكتب العلمية (بيروت)، ط1، 2005، ص797.

[3] لسان العرب، الجزء الرابع، ط1، ص473.

☜ أو تطلق على ترتيب الأشكال ووضع بعضها مع بعض و اختلاف تركيبها، وتسمى بالصورة المخصوصة.

☜ أو تطلق على ترتيب المعاني المجردة،فيقال صورة المسالة و صورة السؤال و الجواب.

☜ أو تطلق على ما يجب أن يكون عليه الشيء حتى يكون مطابقا للشروط القانونية،كصورة العقد فهي شكله الكامل.

☜ أو تطلق أخيرا على ما يرسمه المصور بالقلم أو آلة تصوير، أو على إرتسام خيال الشيء في المرآة أو في الذهن أو على ذكرى الشيء المحسوس الغائب عن الحس، تقول تصور الشيء، أي تخيله أي إستحضر صورته[1].

ثالثا–الصورة اصطلاحا: الصورة تطلق على عدة معاني،فقد يراد بها الشكل المخصوص الذي عليه الشيء، ويقال صورة الشيء ما به يحصل الشيء بالفعل، أو هي ترتيب، وقد تطلق على ترتيب المعاني التي ليست محسوسة فيقال صورة المسألة وصورة الواقع،وصورة العلوم العقلية ويراد بها النوع[2].

و الصورة هي الشبيه والمثل، وهي الّتي تقابل المادة، لأن الصّورة إما تجسيد مادي كالصورة التي ينحتها المثَّال، أو يرسمها الرسّام،وإما تخيل نفسي يتخيله الأديب في كتابه[3].

يعرف (حسن حنفي) الصورة على أنها "العالم المتوسط بين الواقع والفكر، بين الحس والعقل،فالإنسان لا يعيش وسط عالم من الأشياء، بل وسط عالم من الصور تحدد رؤيته للعالم وطبيعة علاقاته الاجتماعية، إن الحوار الذي يتم بين طرفين إنما يتم بين صورة كل طرف في ذهن الآخر"[4].

في ضوء التعريفات السّابقة للصورة يعرف الباحث صورة المرأة الأجنبية(تعريفا إجرائيا)وذلك حسب:

---

[1] جميل صليبا،المعجم الفلسفي، المجلد الأول، دار الكتاب اللبناني (بيروت) ،1978، ص741.

[2]عبد المنعم الحنفي، المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية، مكتبة مدبولي(القاهرة)، ط1،1995،ص476.

[3]محمد التونجي، المعجم المفصل في الأدب، الجزء الأول، دار الكتب العلمية(بيروت)،ط2 ،1999، ص 591.

[4]حسن حنفي، عالم الأشياء أم عالم الصور، مجلة فصول، العدد62،2003 ،ص26-27 .

❖المظهر الخارجي(الشكل):لباس المرأة، تسريحة الشعر، مكياج، الإكسسوار.

❖الأدوار الإجتماعية: زوجة، أم ، أخت، إبنة، صديقة، عمة...

❖الحالة الإجتماعية: متزوجة، مطلقة، أرملة، عزباء، عانس.

❖نمط التواصل الإجتماعي: نعني به علاقة المرأة بالمرأة، علاقة المرأة بالرجل، علاقة المرأة بالأبناء، علاقة المرأة بباقي أفراد الأسرة(أخت،أب...)، علاقة المرأة بالمحيط.

❖صورة المرأة حسب المستوى الاقتصادي، صورة المرأة حسب الطبقة الاجتماعية.

رابعا– المفهوم السيميوطيقي للصورة : فان الصورة تنطوي تحت نوع أعمق يطلق عليه وهو يشمل العلامات التي تكون فيها العلامة بين الدال هنا(Icone) قائمة على المشابهة والتماثل أو بمعنى أوسع كل تقليد تحاكيه الرؤيا في بعدين (الرسم الصورة) أو في ثلاث أبعاد (نقش، فن، التماثيل)

وقد تعددت تعريف الصورة في ميدان السيميولوجيا وتعددت منطلقات الباحثين في هذا الميدان :

أفلاطون عرفها بأنها تلك الظلال أضف إليها البريق الذي نراه في الماء او على سطوح الأجسام الجامدة التي تلمع وتضيئي، وبهذا يمكن للصورة أن تكون فقط معطى حسي للعضو البصري أي إدراك مباشر للعالم الخارجي. لذلك هناك على الأقل مستويان في الصورة : يحدد الأول ما يشير إلى " الموضوعي " فيها ،أي ما يوجد خارج العين و سابق على وجودها .و يشير الثاني إلى سلسلة المعاني التي لا يمكن أن توجد إلاَّ في الذات الناظرة و قدرتها على الكشف عن سياقات جديدة هي أصل التمثيل و غايته الأولى. يتكفل المعنى الأول بوصف المعطى الظاهر من خلال سند الصورة ذاتها، أما المعنى الثاني فهو نتاج التأليفات الجديدة التي تعد، في واقع الأمر ،قصديات مسقطة هي من صلب النظرة و حاصلها . ولا وجود لفواصل قطعية بين الأول و الثاني (المعاني الثانية). فالوصف ذاته لا

يمكن أن يتم إلا من خلال حدود تشتمل هي ذاتها على تصنيفات مسبقة ,كما هو حال كل كلمات اللسان.[1]

وذهب رولان بارث (R.Barthes) في تبيان أهمية التشكيل البلاغي في الصورة الاشهارية، الى أن الصورة المادية شأنها شأن في ذلك شأن الصورة الشعرية تنطوي على إيحاءات متعددة : أدبية ورمزية وجدانية لا نستطيع تجاهلها إن شانها الدلالي وتفاعل مكوناتها الداخلية هو الذي يخلق المعنى ليبرز قسماته ما يزيد من ثراء وغنى مادة الصورة[2]

يعرف الصورة (André de Marco) (Rhone Poulene) عرفا الصورة على أنها ذلك الكل الذي يتألف من الوعي ،و الهوية " [3].

خامسا– الصورة الذهنية و الصورة النمطية:

فالصورة الذهنية أو العقلية غير الصورة النمطية، فالأولى إختزال منظم لكل الوحدات المعرفية، وتبين الدراسات الإعلامية والنفسية والإجتماعية، أن سلوك الإنسان وتصرفه مرهون دائما بهذه الصورة العقلية المختزنة في الإطار المرجعي عن مختلف الأشياء والأحداث وتحصل الإستجابة لرسالة من الرسائل نتيجة للتفاعل الذي يحدث بين رموز تلك الرسالة، وبين الصورة العقلية المتكونة لها عن الخبرات السابقة. فالإنسان يؤسس صورته الذهنية عن الأشياء والأشخاص عن طريق التجارب المباشرة والتجارب الغير مباشرة، وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد واتجاهاتهم. كما ذكر العالم العربي ابن سينا (981-1037م) إذ أشار إلى أن الأشياء لها وجود خارج الذهن سماه في عقل

---

[1] غي غوتيي، الصورة المكونات و التأويل ، ترجمة سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي(المغرب)، ط1، 2012، ص20.

[2] عبيدة صبطي نجيب بخوش، الدلالة والمعنى في الصورة ، مرجع سابق ، ص141.

[3] Thierry Libaert, Introduction de la communication,Dunod,Paris 2ème édition,2014,p30.

الإنسان بالتصور. هناك إتفاق في معظم دراسات الصورة على أن الصورة الذهنية تقوم على مجموعة من السمات الإيجابية التي تثير مشاعر الحب والتعاطف والتأييد والإعجاب والرغبة والتقليد[1] .

تعرف الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية وقاموس أكسفورد العالمي مصطلح (sterotype) بأنها الطريقة العلمية التي يتم عن طريقها الطبع، ويستخدم منها سطحا طابعا لإنتاج آلاف النسخ المتطابقة من الرسالة، دون الحاجة إلى تغيير هذا السطح ومن تم أصبح معنى صورة هو الذي يتكرر بشكل ميكانيكي أما هولستي (holsti) فيعرف الصورة :بأنه مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي والحاضر والمستقبل التي يحتفظ بها وفقا لنظام معين، عن ذاته وعن العالم الذي يعيش فيه.

أما تعبير الصورة النمطية يقصد به الانطباع المشوه الذي يتكون لدى الفرد عن موضوع أوشخص أوجماعة معينة، بناءا على معلومات مسبقة أو غالبا ما تكون منقوصة أو مغلوطة.

أما الدراسات التي تناولت مفهوم الصورة النمطية (strerotype)فقد تعاملت على أنها صورة سلبية تتشكل من التهيمات، وتقوم على مجموعة من السمات التي تثير مشاعر الخوف والكراهية.

كذلك تتصف الصورة النمطية قبل تكوينها بثلاث عناصر مميزة:[2]

1- مجموعة الصفات المعرفية التي يستطيع الإنسان أن يدرك بها ذلك الشيء بطريقة عقلية.

2- العنصر الوجداني ويرتبط بمدى الميل أو الكره لموضوع معين، فمدى الميل أو الكره يحدد الرفض أو القبول لسمات المدرك.

3- العنصر السلوكي: ويتمثل في مجموعة الاستجابات للموضوع الذي يراه الشخص مناسبا في ضوء السمات المدركة.

وبناءا على ما سبق في تبيان ماهية الصورة الذهنية والنمطية فإن أهم الفروقات بينهما تتخلص كما يأتي:

---

[1] كامل خو رشيد مراد، الإتصال الجماهري والإعلام:التطور- الخصائص- النظريات، دار الميسرة، (عمان)، ط1، 2011، ص89.

[2] كامل خو رشيد مراد، الإتصال الجماهري والإعلام، نفس المرجع السابق ،ص 91.

– الصورة الذهنية تبنى على الحقائق الموضوعية والمعلومات الصادقة، بينما النمطية تبنى على حقائق مبالغ فيها ومعلومات مشوهة.

– الصورة الذهنية ليست بالضرورة مشحونة عاطفيا بخلاف الصورة النمطية التي تكون محملة بالمشاعر الذاتية الشخصية.

– الصورة الذهنية هي صورة مفتوحة، وقد تتغير هذه الصورة أو تتوسع تدريجيا، تنمو وتتطور، فهي صورة قابلة للتغيير باستمرار النسبي والجهود وترفض استقبال رسائل معكوسة عدا تلك التي تتناسق مع إتجاهاتها.و كون الصورة النمطية جزء من الصورة الذهنية فإن ذلك لا يعني أن كل صورة ذهنية هي صورة نمطية، إذ أن مفهوم الصورة الذهنية أوسع وأشمل، ومن ضمن إطار النظريات المعرفية فإنه محتوى لثلاث مستويات:

الأول هم مجموعة السمات المعرفية التي يفهم المرء بواسطتها الشيء بطريقة عقلية، والثاني التأثير (العاطفي) متمثلا بتفضيل أو عدم تفضيل الشيء المعني، وثالثا المكون السلوكي الذي يضم مجموعة الإستجابات للعملية التي يعتقدها المرء ملائمة إزاء الشيء في ضوء صفات الشيء المدركة مسبقا .[1]

2.القيم:

أولا:

– الدلالة اللغوية لمفهوم القيمة: أصل الاشتقاق اللغوي هو فعل " قَامَ" بمعنى إعتدل،ووقف وبلغ وإستوى، ولذلك تحمل كلمة قيمة دلالة تطلق على الاعتدال، والاستواء و العمل الدءوب لبلوغ الغاية التي تتمثل في الفضيلة. فإن من معاني القيمة الثبات، والإستقامة، والدوام على الأمر. أما كلمة (value) باللاتينية (valeur)الفرنسية والمؤخوذة من الفعل اللآتيني المصرفvaleo فإنها تدل على القوة و الشجاعة وشدة البأس[2].

---

[1] إنتصار إبراهم وصفد حسام الساموك، الإعلام الجديد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمعلت (بغداد)ن ط1،2011، ص68.

[2] نورة بوحناش، إشكالية القيم في فلسفة برغسون، الدار العربية للعلوم ناشرون، ط.س، ص 30-31.

ورد في لسان العرب ما يلي: القيمة واحدة القيم وأصله القيم (قِوَم)، لأنه يقوم مقام الشيء.والقيمة ثمن الشيء بالتقويم، ومن الكلمات المشتقة من مادة (ق،و،م)، يؤدي ما يلي:القوام والإستقامة: قوام الأمر نظامه وعماده،الدين القيم:المستقيم الذي لا زيغ فيه ولا ميل على الحق.

ثانيا – الدلالة الاقتصادية لمفهوم القيمة:

استعملت الكلمة في الميدان الاقتصادي للدلالة على الخاصية التي للشيء، والتي بها تجعله ملبيا للحجة البشرية (القيمة الاقتصادية)كالبترول كمادة أولية، وعلى الخاصية التي تجعل الشيء يشبع الحاجة كالخير (القيمة الاستعمالية)، ثم على مكانته كعنصر في تبادل السلع(القيمة التبادلية) والفرق بين القيمة والثمن:القيمة ما يقوم به مقوِّم والثمن قد يكون مساويا للقيمة وقد يكون زائدا عليه وقد يكون ناقصا فثمن الشيء، قد يحدده البائع والمشتري وقد لا يعكس القيمة الحقيقية للشيء، ومن هنا يكون الثمن فردي، أما القيمة فهي إجتماعية ومع ذلك فهذه النقلة من المعنى الإقتصادي إلى المعنى الأخلاقي فأصبحت ترادف الفضائل.

ثالثا– الدلالة الفلسفية لمفهوم القيمة:

أما إستعمال الكلمة في مجال الأخلاق بمعنى الحق، و الجميل ،و الخير و هذه هي القيمة الأخلاقية لم تظهر في اللّغة الفرنسية إلاّ في النصف الثاني من القرن التاسع عشر ، و القيمة الأخلاقية بهذا المعنى حكم شخصي يتطابق بدرجة مع ما يراه المجتمع خيرا، بإطلاق و هي القيم المثالية الّتي تستعمل كمعايير لأحكام القيمة وتوجه النشاط الأخلاقي. ومن هنا صارت الكلمة تستعمل في صيغة الجمع ، لأنه ليست هناك قيمة واحدة مفردة في الميدان الإجتماعي،والجمالي والأخلاقي، بل مجموعة من القيم تشكل سلما(سلم القيم)تترتب فيه القيم في الضمير الفردي و الجماعي، من أقواها إلى أضعفها ومن ثم يغدو هذا السلم مرجعا للحكم على الشيء،و تقويم السلوك و لما كان هذا السلم ،سلم القيم أو نظامها إنما يتشكل من خلال التجربة الإجتماعية للجماعات والأمم[1].

[1] محمد عابد الجابري، العقل الأخلاقي العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، ص 55-56.

رابعا- الدلالة الاجتماعية لمفهوم القيمة:

إن علماء الإجتماع يرون أنّ تحديد معنى القيمة تقوم على أساس وجود مقياس ومضاهاة في ضوء مصالح الشخص من جانب،وفي ما يتيحه له المجتمع من وسائل وإمكانيات لتحقيق هذه المصالح من جانب آخر.ففي القيمة عملية مشروطة بالظروف المجتمعية المتاحة، فالقيم كما يعرفها العديد من علماء الاجتماع مستوى أو معيار أو انتقاء من بين بدائل أو ممكنات اجتماعية متاحة أمام الشخص في المواقف الاجتماعية.

فالمستوى أو المعيار يعني وجود مقياس يقيس به الشخص ويضاهي من خلاله بين الأشياء، من حيث فاعليتها ودورها في تحقيق مصالحه،وهذا المقياس الذي يقيمه الشخص يرتبط بوعيه الاجتماعي وإدراكه للأمور وما تؤثر فيه من مؤثرات اجتماعية واقتصادية تحيط بالشخص، وبالطبقة الاجتماعية التي ينتمي إليها، وبالمجتمع أو ما يعايشه من ظروف تاريخية واقتصادية واجتماعية.

أما الانتقاء فهو عملية عقلية معرفية يقوم فيها الشخص بمضاهات الأشياء، وموازنتها في ضوء المقياس الذي وضعها لنفسه، والذي تتحد به ظروفه الاجتماعية والاقتصادية، وعملية الانتقاء هذه ليست مطلقة،وإنما هي مشروطة بوضع الشخص وفرصه،كلما إرتقى الشخص في السلم الاجتماعي تعددت وتنوعت فرص إنتفائه. وأما البدائل فهي مجموعة الوسائل والأهداف لتي تتيح نحو مصالح الإنسان المتعددة والمتنوعة[1].

جورج لندبرغ:يرى "أن شيئا ما يصبح هو في ذاته قيمة، حينما يسلك إزاءه سلوكا يستهدف تحقيقه أو تملكه".

فلوريان زنانيكي: يعتقد أننا "تعني بالقيم الاجتماع المعطيات ذات المحتوى الواقعي المرتبط بجماعة إجتماعية معينة، والتي تنطوي على معان تجعل منها موضوعا للنشاط".

كلود كلوكهون: يرى" أن القيمة هي تصور ظاهرة أو مضمر لما هو مرغوب، يميز الفرد أو الجماعة، ويؤثر في الاختيار بين الوسائل والغايات المتاحة للسلوك"

[1] زكريا عبد العزيز محمد، التلفزيون والقيم الإجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب، ب ط،2002 ، ص29.

ميتلون روكيش: يرى" أن القيمة هي معتقد يخطر بالدوام، ويعبر عبر تفضيل شخصي أو اجتماعي لغاية من غابات الوجود بدلا من نمط سلوكي أو غابة أخرى مختلفة".[1]

تعريف تالكوت بارسونز :"بأنها عنصر في نسق رمزي مشترك يعتبر معيارا ، أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي توجد في الموقف "

و **يرى إميل دوركايم** :" أن القيم هي إحدى آليات الضبط الاجتماعي، المستقلة عن ذوات الأفراد الخارجة عن تجسداتهم الفردية "

و يعرفها هوفستاد :" بأنها اعتقادات عامة تحدد الصواب من الخطأ والأشياء المفضلة من غير المفضلة "[2]

عبد الرحمن عزي :" فالقيمة ما يسمو بالفرد و يرفعه من معاني يمكن إدراكها أو استنباطها من القرآن الكريم و السيرة النبوية ،و النصوص المرجعية التي أنتجتها الحضارة العربية الإسلامية ،إضافة إلى النصوص النهضوية الحديثة "يقول أن "القيمة ما يرتفع إلى المنزلة المعنوية ،ويكون مصدر القيم في الأساس الدين ،والإنسان لا يكون مصدر القيم وإنما أداة يمكن أن تتجسد فيه القيم ."[3]

المنظومة(النسق): النسق يترجم أحيانا بالمنظومة،وكلمة نسق في اللّغات الأوروبية مصدرها كلمتان يونانيتان هما synsterma أي وضع الأشياء بعضها مع بعض في شكل منظم ومنسق"عبارة عن مجموعة من العناصر المتفاعلة فيما بينها لكي تؤدي وظيفة معينة،ويسهم كل منها بوزن معين حسب أهميته ودرجة فاعليته داخل النسق [4] . و يقوم تصور **تالكوت بارسونز** للنسق "على أنه بناء مركب من عدة وظائف تدور حول نواة مركزية ،هي القيم و المعايير الأخلاقية والمصالح ، و هذا

[1] عبد الغني عماد ،سوسيولوجيا الثقافة :المفاهيم و الإشكاليات ...من الحداثة إلى العولمة ، مركز دراسات الوحدة العربية (لبنان)،ط2، 2008، ص142.

[2] ماجد الزيود، الشباب و القيم في عالم متغير ،دار الشروق (عمان)، ط1، 2006، ص22

[3] بوعلي نصير وآخرون ، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ، مكتبة إقرأ للنشر و التوزيع، ط1، 2009،ص21.

[4] عبد الطيف محمد خليفة، إرتقاء القيم – دراسة نفسية–، عالم المعرفة(الكويت)، 1990، ص29-30.

التشبيه مستمد من العلوم البيولوجية ،و لا يتفق مع طبيعة الأنساق الإجتماعية التي تختلف عن الأنساق القيمية "[1].

مفهوم نسق القيم:هو ما يعطي منحى ومعنى للحياة، فالقيمة تمثل أولا المرجعية التي توجه سلوك الإنسان، وهي مثال يحاول أن يقتدي به وهي في الأخير معيار منه تصدر الأحكام القيمية [2].

ويعرف نسق القيم:على أنه يؤلف مجموعة القيم المكتسبة نسقا متماسكا، حيث تحتل كل قيمة في هذا النسق أولوية خاصة بالقياس إلى القيم الأخرى، و هذا الترتيب المدرج او الهرمي للقيم يمكنا من دراسة الثبات و التغيرات التي تطرأ على انساق القيم[3]. انبثقت فكرة نسق القيم من تصور مؤداه أنه لا يمكن دراسة قيمة معينة أو فهمها بمعزل عن القيم الأخرى، فهناك بناء أو تنظيم شامل لقيم الفرد تمثل في هذه النسق عنصرا من عناصره، فتتفاعل هذه العناصر لتؤدي وظيفة معينة بالنسبة للفرد. وتنتظم قيم الفرد والمجتمع في نسق قيمي ترتبط فيما بينها حسب أهميتها للفرد وطبيعة الظروف التي تحيط به ويبدأ على رأس هذا الترتيب القيمي أكثر القيم قدسية وأهمية للفرد والمجتمع، وهذه القيم تحظى بمكانة اجتماعية عليها وتفرض بقوتي العزف والقانون...[4].

يعرف محمد السويدي: "منظومة القيم على أنها ذلك التراث الروحي لأي مجتمع ينطوي على تنظيم جماعي، ويعتبر في الوقت ذاته بمثابة الوعاء الذي تنصهر فيه المثل الإجتماعية والمقومات الخلقية، التي تضمن لمجتمع كيانه الروحي، فهو تراث يحوي جميع القواعد والقوانين، والسنن التي تنظم علاقات الأفراد ببعضهم البعض وعلاقاتهم بمجتمعهم"[5].

---

[1] محمد عبد المعبود مرسي ، أحمد رأفت عبد الجواد، علم الإجتماع عند تالكوت بارسونز بين نظريتي الفعل و النسق الإجتماعي:دراسة تحليلية نقدية، مكتبة العليمي الحديثة ، ط1، 2001،ص222.

[2] ناصر الدين الأسد، نظرات في لغة المصطلح وفي مضمونه: أزمة القيم ودور الأسرة في تطور المجتمع المعاصر، مطبعة المعارف(الرباط)، سنة2002، ص140.

[3] عبد الغني عماد ،سوسيولوجيا الثقافة :المفاهيم و الإشكاليات ...من الحداثة إلى العولمة ،مرجع سابق ، ص148.

[4] محسن جلوب جبر الكناني، الإعلام الفضائي والجنس، دار أسامة للنشر والتوزيع (عمان)، ط1، 2012،ص62.

[5] محمد السويدي، مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية (الجزائر)،دط، دس، ص45.

المرأة:

لغة:المَرْءُ: الرجل،والأنثى: مَرْأَة، وللعرب في المرأة ثلاث لغات، يقال هي إمرأَتُهُ،وهي مَرْأَتُهُ، وهي مرْتُهُ ،والمرَيْئَةَ:تصغير المرأة، وتقول فلان تزوج إمرأة، تريد إمرأة كاملة،كما يقال:فلارجل أي كامل في الرجال، والنِّسوة، والنُّسوَة والنِّسوان جمع المرأة على غير قياس، وكما يقال:للرجل مَرْء، وللأنثى إمرأة يقال للرجل إنسان وللمرأة إنسانة[1].

المرأة: هي كيان إنساني مستقل تتمتع بالقيم الإنسانية كاملة إسوة بالرجل، ولها حقوق و عليها واجبات مساوية لما للرجل في جميع المجالات دون استثناء[2].

الأجنبية: كان الله قد قطع جَنْباً من المشركين،أراد بالجُنْبِ اللأَمْرَ، أو القطعة من الشيء تكون معظمه أو كثيرا منه. ورجل جانِبٌ، وجُنُبُ:غريب، والجمع أَجْنَابٌ وفي حديث مجاهد في تفسير السيَّارةِ قال: هم أَجْنابُ الناس، يعني الغرباء، جمع جُنُبٍ، وهو الغريب، وكذلك الجَانِبُ والأَجنبيُ، والأَجْنَبُ، ورجلٌ أَجْنَبُ، وأَجْنَبِيٌّ وهو البعيد منك في القرابة [3].

المرأة الأجنبية (إجرائيا):هي المرأة التي تعرضها الفضائيات العربية من خلال المسلسلات المدبلجة (التركية والكورية والهندية) والتي تختلف من حيث النوع البشري و اللغة و الجغرافيا و الأنماط ثقافية والإجتماعية عن المرأة العربية الإسلامية.

المرأة الريفية :**(إجرائيا)** هي المرأة ذات أصول ريفية، تعيش في الريف سواء كانت تعمل أو لا تعمل مع أسرتها في الزراعة، أو تقوم بأي نشاط داخل المنزل أو خارجه يساهم في دخل الأسرة ،من تربية الحيوانات وغيرها من الأعمال التي تقوم بها الغالبية العظمى من النساء في الريف.

البث الفضائي: ونقصد به عمليات البث الصوري والصوتي المبرمج الهادف عبر الأقمار الصناعية من مكان إلى آخر على مساحة الكرة الأرضية [4]

[1] عبدالرحمان البرقوقي، دولة النساء: معجم ثقافي، إجتماعي، لغوي عن المرأة، مكتبة الثقافة الدينية، ب ط، ب س، ص6.

[2] عدنان أبو مصلح، معجم علم الاجتماع، دار أسامة للنشر والتوزيع(عمان)، ص 72.

[3] لسان العرب، دار صادر(بيروت)، ط1، ب س، ص208.

[4] عبد الرزاق محمد الدليمي ، الاعلام الدولي في القرن الحادي و العشرين، دار المسيرة (عمان)، ط1، 2011،ص99.

الفضائيات العربية: (إجرائيا)هي القنوات الفضائية التلفزيونية التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية من دولة عربية سواءا كانت برامجها باللّغة العربية أو الأجنبية المدبلجة.

المسلسل: هو تمثيلية مقسمة إلى مجموعة من الحلقات المتتالية بحيث يؤدي كل منها للآخر في تسلسل، ويعتمد المسلسل على مجموعة من المواقف التي تجذب الإنتباه،و يعتبر عنصر التشويق من أهم عناصر المسلسل .وهو مجموعة حلقات تمثيلية متتابعة، يستغرق عرضها خمس أوسبع أوثلاثة وعشرون حلقة أو أكثر، تنتهي كل حلقة بسؤال مجهول وتؤدي كل منها للآخر في تسلسل ومنطقية بمعنى تنتهي كل حلقة بقمة درامية أو أزمة درامية[1].

المسلسلات المدبلجة:(إجرائيا):هي مسلسلات أجنبية (تركية،هندية،كورية)، ظهرت في السنوات الأخيرة عبر القنوات الفضائية العربية تبث حلقاتها يوميا بعد ترجمتها إلى اللّغة العربية أو لهجات عربية مختلفة، وهي موجهة إلى الجمهور العربي حلقاتها متتابعة وطويلة.

التأثير:نقول:أثر فيه تأثيرا وترك فيه أثرا، فالأثر ما ينشأ عن تأثير المؤثر، والمؤثر إما الشيء النفساني أو الجسماني[2] .

إن التأثير بالمعنى الواسع للكلمة يمكن تعريفه مثل أي شكل للفعل من قبل(أ) المأثر يمارس بطريقة فعالةعلى(ب)المأثَّر ينتمي التأثير إذن إلى فئة علاقات السلطة، وأن يكون لدى (أ) تأثير كما لو كان لديه سلطة بمعنى بالنسبة له القدرة على تبديل فعل(ب)في إتجاه إختاره(أ) عن قصد لأنه يعتبر التوجه الجديدلـ(ب) أكثر ملائمة لمصالحه الخاصة[3].

---

[1] سامية أحمد على و عبد العزيز شرف ، الدراما في الإذاعة و التلفزيون، دار الفجر(القاهرة)، ط3، 2000، ص109.

[2] عبد المنعم الحنفي، المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية، مكتبة مدبولي (القاهرة)، ،ط2، 1995، ص 173.

[3] ر.بودون،ف.بوريكو، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة سليم حداد، ديوان المطبوعات الجامعية،(الجزائر)،ط1 ،1986، ص116.

الفصل الثاني:

البث الفضائي وصورة المرأة

البث التلفزيوني الفضائي و علاقته بالنسق القيمي:

أولا:لمحة تاريخية عن تطور البث التلفزيوني الفضائي

ثانيا: البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية

ثالثا:واقع القنوات الفضائية العربية

رابعا: ظاهرة تلقي البث الفضائي الوافد و أزمة القيم

خامسا: الجهود العربية لمواجهة البث الفضائي

صورة المرأة العربية في القنوات الفضائية العربية:

أولا: صورة المرأة في التلفزيون

ثانيا: صورة المرأة في الفيديو كليب

ثالثا: صورة المرأة في الإشهار

رابعا: صورة المرأة في الإعلان

تمهيد :

أفرزت التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال الفضائي نمطا اتصاليا جديدا تختلف سماته عن الاتصال التقليدي، و قد زادت ثورة المعلومات و الاتصال من مضاعفة إمكانيات وقنوات التفاعل داخل المجتمع، و ظهور أنظمة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية فأصبح العالم قرية صغيرة، واستطاعت القنوات الفضائية اكتساح العالم في وقت قصير من خلال البث الفضائي الوافد ومضامينه الإعلامية التي تختلف عن الثقافة العربية الإسلامية، هذا ما فرض على الدول العربية امتلاك نظاما فضائيا كوسيلة لتحقيق إشاعات المجتمع العربي، و المفارقة أن المتلقي هنا يتشرب نسقا قيميا أجنبيا من خلال ما يبث على فضائياتنا العربية .

البث التلفزيوني الفضائي وعلاقته بالنسق القيمي

أولا: لمحة تاريخية عن تطور القنوات الفضائية:

يمكن إرجاع بداية التطوير للإذاعة المرئية لعام 1839 على يد العالم الفزيائي (ألكسندر أدموند بيكل)، وفي سنة 1884 إخترع العالم الألماني (بول نيكو) عملية المسح الصوري الأسطوري والمرئي والميكانيكي وطورها، فدخل التلفزيون عصور تجريبية جديدة، كما واصلت شركات مثل "R.C.A" أبحاثها الخاصة بالتلفزيون في مدينة نيويورك عام 1930، وفي عام 1936 كان في استطاعة أجهزة الاستقبال المرئي إلتقاط إشارة عن بعد ميل واحد. لقد أضحت الإذاعة المرئية في النصف الثاني من القرن العشرين معجزة القرن، حيث بدأت التأثير على المشاهد بشكل واضح مؤثرة على تفكيره وعلى ثقافته وعلى سلوكه، مشكِّلة لشخصيته من خلال ما يضخه المسيطرون على شركات الإعلام من ثقافات يريدون للمتلقي التشبع بها.

وقد ظهر في لبنان عام 1949 وفي الجزائر والعراق عام 1956 وفي مصر وسوريا عام 1960 وفي الكويت عام 1961 وفي الجماهرية العظمى والأردن عام 1968، حيث أن أول بث تلفزيوني في الوطن العربي بدأ في عام 1947 في المملكة العربية السعودية عندما قامت شركة

"أرامكو" ببناء محطة تلفزيونية، أما فيما يتعلق بتطور الفضائيات عبر الأقمار فقد ظهر في كل من الإتحاد السوفياتي والولايات المتحدة الأمريكية، كما لحق بهذا الركب العديد من الدول الأخرى مثل فرنسا والصين واليابان[1].

تاريخ دخول التلفزيون للأقمار العربية:[2]

رقم	إسم الدولة	تاريخ دخول التلفزيون فيها
1	المغرب	1954
2	العراق	1956
3	الجزائر	1956
4	لبنان	1959
5	مصر	1960
6	كويت	1961
7	السودان	1963
8	السعودية	1965
9	تونس	1966
10	ليبيا	1968
11	الإمارات	1969
12	قطر	1970
13	البحرين	1973
14	عمان	1974

[1] فاطمة حسين عواد ، الإعلام الفضائي ، دار أسامة للنشر و التوزرع (عمان)، ط1، 2010، ص87.

[2] كامل خو رشيد مراد، الاتصال الجماهري والإعلام، التطور- الخصائص- النظريات، دار الميسرة، (عمان)، ط1، 2011، ص200.

أذاعت محطة (يوروكنسلت) الإذاعة الأوروبية التي تبث من العاصمة الفرنسية باريس، تقريرا يفيد ببلوغ عدد القنوات الفضائية الرقمية المشفرة والمفتوحة عام 2010 إلى ما يقارب من 60 ألف قناة فضائية، تبث من خلال عشرات الأقمار الصناعية. ويشير التقرير إلى أنه في عام 1989 كان هناك قرابة (700 قناة) في العالم، و إزداد مطلع عام 1997 إلى 25000 قناة، وقبل أن ينتهي العام قفز هذا الرقم إلى (5آلاف قناة) وبحلول عام 2001 وصل إلى (9345 قناة فضائية)، ولو إقتربنا من محيطنا العربي قليلا لوجدنا أن عدد القنوات المفتوحة والمشفرة على القمرين العربيين (عربسات و نيلسات) فاقت 500 قناة أكثر من 70% منها تقريبا تجارية مملوكة للقطاع الخاص.إلى وقت ليس بالبعيد كانت القنوات الفضائية العربية محدودة بالقنوات الحكومية وعددها قليل من القنوات الخاصة لا تتجاوز العشر وخلال السنوات الأخيرة حدث ما يمكن تسميتها بالطفرة الإعلامية والتي أوصلت عدد تلك القنوات إلى أكثر من 480 قناة عربية و8000 في عام 2010. تشير بعض الإحصائيات إلى أن إجمالي عدد المحطات العربية يقارب 480 (بينها 410 فقط على "نايل سات" كذلك تفيد دراسات أخرى بأن عدد القنوات العربية سيصل إلى 8000 عام 2012 وهي دراسة أطلقها د.طارق السويدان، المدير العام لقناة الرسالة الدينية.

أظهرت دراسة حديثة المجموعة المرشدين العرب (Arab Advisors Group) أن عدد القنوات الفضائية العربية المجانية على عربسات ونايلسات قد وصل إلى 263 قناة مع نهاية أكتوبر 2006 وأظهر نفس الدراسة أن أكثر من 73% من هذه القنوات يشغلها ويملكها القطاع الخاص. وأصدرت مجموعة المرشدين العرب تقريرا جديدا بعنوان القنوات الفضائية في العالم العربي 2006 وبينت الدراسة أن أكثر من 90% من هذه القنوات تبث باللغة العربية فيما كوّنت القنوات الفضائية العامة نسبة 25,9% من مجمل القنوات [1].

[1] فاطمة حسين عواد الاعلام الفضائي، نفس المرجع السابق، ص130.

ثانيا:البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية :

يعيش عالم اليوم حالة إنفتاح إعلامي بسبب ما حققه استخدام الأقمار الصناعية من تطور هائل في جعل عملية إيصال الصورة والصوت واللون إلى أية بقعة في العالم أمرا ميسورا ولا يتطلب أكثر من جهاز استقبال تلفزيوني ليتمكن أفراد الاسرة الواحدة أن يتعاملوا مع مئات من القنوات التلفزيونية الوافدة إلى منازلهم. و قد تنبأ منذ بداية القرن العشرين عدد من المفكرين والعلماء بأنه سيأتي يوم يستطيع فيه الإنسان أن يغزو الفضاء الخارجي، ومن هؤلاء الأمريكي (هوغرنسياك)، وبعده بثلاث عقود عام (1942) طرح (جورج سميث) أفكار وكذلك (آرثر كلارك)حتى أصبح هذا الحلم حقيقة مع السوفييت بإطلاق أول جسم إلى الفضاء الخارجي عام 1957 ليكون (سبوتنيك 1) أول قمر صناعي يطلقة الإنسان إلى خارج الأرض، كان هذا الإمتياز رغم أهميته للبشرية صدمة للأمريكيين الذين جعلهم يعيدون النظر في فلسفتهم ليتمكنوا من اللحاق بخصمهم،وكان لهم أول قمر أمريكي إلى الفضاء الخارجي ليبدأ معه سباق التسلح النووي عام 1980 المناسبة التي إنطلقت فيها أقمار البث المباشر بالإتفاق بين لجنة الإتصالات الفدرالية الأمريكية ومؤسسة (كومسات السوفياتية)، وفي عام 1986 إستخدمت تلك الأقمار لإرسال الإشارات الصوتية، ومع بداية التسعينيات من القرن الماضي أصبح بإمكان المشتركين إستقبال البث التلفزيوني باستخدام أطباق صغيرة الحجم.

1. نشأة المؤسسة العربية للإتصالات الفضائية(عرب سات):

بقيت المجتمعات العربية لأوقات طويلة تتعرض لمضامين غير متكافئة جسدت هيمنة القناة التلفزيونية الوطنية الواحدة، ويذهب باحثون إلى أن هذا (النموذج التواصلي التقليدي) بدأ في الإنحلال تدريجيا بسبب المتغيرات المعاصرة وفي رأسها ما أتاحته التقنيات الحديثة، حين وفرت الإندفاعية التكنولوجية إمكانية توصل البث التلفزيوني مباشرة إلى المستقبِل وبدون وسيط و أي إمكانية للإلغاء أو تعطيل أو منع البث، فقدت الأنظمة سيطرتها وإحتكارها الإعلامي، وشكَّل هذا

التطور منعطفا هاما في الحياة الإتصالية العربية.[1] في هذه الأثناء عربسات(Arabsat)دُمج في مجال البث العالمي ليصبح قمر صناعي مستقل ،أي أنه يقوم ببث البرامج السمعية البصرية لخدمة مصالح إقتصادية، سياسية وثقافية، وإتجاهه نحو إقتصاد يعتمد على تكنولوجيات الإعلام والإتصال الحديثة بعد خمسة عشر سنة من إنطلاق عربسات.[2]

برزت فكرة إستخدام قمر صناعي عربي لأول مرة في إطار مؤتمر وزراء الإعلام العربي الذي عقد في تونس عام 1967 . رأى وزراء الإعلام العرب ضرورة الإستعانة بأحدث ما وصلت إليه تكنولوجيا الإتصال لخدمة الإعلام والتعليم، وفي سنة 1972 نظم إتحاد إذاعات الدول العربية أول مؤتمر عربي حول الإتصال الفضائي، بدأ التبادل الإخباري والتلفزيوني العربي في ثلاث مناطق فرعية في المغرب والمشرق والخليج سنة 1973، وأعقب ذلك قيام الجامعة العربية بإنشاء وحدة إتصال فضائي بالتعاون مع الإتحاد الدولي للمواصلات. ولم تستقر تلك الجهود عن نتائج ملموسة حتى تم إنشاء المؤسسة العربية للإتصالات الفضائية (عرب سات) في 14 أفريل 1976. تعتبر المؤسسة العربية للإتصالات الفضائية إحدى التنظيمات الحكومية التابعة لجامعة الدول العربية، والتي أنشئت بهدف تصميم وتنفيذ وتشغيل أول نظام فضائي عربي لتقديم الخدمات العامة والتخصصية لكل الأعضاء [3].

تمتلك مؤسسة عرب سات أربعة أجيال من الأقمار الصناعية أطلقت مؤسسة (عرب سات) أول أقمار الجيل الأول عام 1985 ، بينما الجيل الثاني سنة 1996، كما أطلقت الجيل الثالث عام 1999 وفي عام 2006 إكتملت منظومة الأقمار العربية بإطلاق مؤسسة عرب سات أول أقمار الجيل الرابع القمر BADR4. مثَّل دخول شركات خدمات الإنتاج والبث التلفزيوني إلى المجال

---

[1] إنتصار إبراهم وصفد حسام الساموك، الإعلام الجديد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمعات (بغداد)، ط1، 2011 ، ص 37.

[2] Tourya Guaaybess, Télévisions arabes sur orbite :un système mèdiaique en mutation (1960-2004),Edition CNRS (Paris),2005,p24 .

[3] هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية (القاهرة)، ط1، 2008، ص39.

الإعلامي العربي الجديد عاملا جديدا مهما في تطور القنوات الفضائية العربية بشكل عام والبرامج التلفزيونية بشكل خاص، إذ أدخلت هذه الشركات مع مطلع القرن الحادي والعشرين تقنيات إتصالية متقدمة باعتماد ما يعرف بخدمة S.N.G. يمكن نقلها بسهولة إلى أي مكان في العالم.

2. البث التلفزيوني الفضائي العربي وطفرة الاتصال :

إن دخول البث التلفزيوني المباشر إلى الوطن العربي وصل على مراحل ،فقد عرف منطقة المغرب العربي هذا البث في المرحلة الأولى ،حيث غطاها البث التلفزيوني الأوروبي في أوائل عقد الستينات من القرن العشرين ،و نقلت كل من المغرب و الجزائر إرسال قنوات تلفزيونية فرنسية ،كما قامت تونس باستقبال الإرسال الأجنبي و سمحت هيئة التلفزيون الإيطالية (rai)بإقامة محطة في تونس .أما عن الإنخراط المباشر و إستخدام الفضاء في الوطن العربي فهو يعود إلى وقت مبكر من عمر شبكات الفضاء الدولية ،اذ شاركت إثنا عشر دولة عربية في تأسيس المنظمة الدولية للإتصالات المعروفة باسم (intersat)منذ إنشائها عام 1964 و أثناء ذلك بدأت الدول العربية بإعداد مشروع إستخدام الأقمار الصناعية في بث البرامج التلفزيونية وكان هدفها هو توصيل بثها لمشاهديها المتفرقين في مناطق شاسعة،[1]. ، فقد أدرك وزراء الإعلام العرب الذين إجتمعوا بتونس عام 1967 أهمية إمتلاك الدول العربية نظاما فضائيا خاصا بها كوسيلة لتحقيق الإستراتيجية الشاملة نحو نظام عربي للإعلام والإتصال، حيث تأثرت في المرحلة الأولى منطقة المغرب العربي التي غطاها البث التلفزيوني الأوروبي حيث نقلت كل من المغرب والجزائر إرسال قنوات تلفزيونية فرنسية، كما سمحت تونس بإستقبال الإرسال الأجنبي وسمحت دول المغرب العربي باستراد الهوائيات الآقطة وتصنعها فقد أقامت الجزائر مصنعا للهوائيات بالعاصمة، أما تونس فقد أصدرت الحكومة عام 1988 أول قانون يسمح بامتلاك الهوائيات اللأقطة من قبل الأفراد. و شرع منذ ذلك الحين الإستفادة من هذه المنظمة

[1] عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الدولي في القرن الحادي والعشرين، دار الميسرة (عمان)، ط1، 2011، ص 236.

بإقامة المحطات الارضية التي تصلح لإستخدام الشبكة الفضائية .[1]لا يختلف إثنان بأن العصر الذي نعيشه هو عصر الفضائيات وعصر التكنولوجيا الإتصالية والتطور العلمي الهائل في مجال تقنيات الإتصال، والبث المباشر وما أحدثه هذا التطور من إنجازات كبيرة في مجمل الميادين الحياتية، أثَّر بشكل مباشر وغير مباشر على حركة الإنسان والحياة كلها فإنه مع ثورة المعلومات وسيطرة الإتصال الإلكتروني، إنتقل المجتمع العالمي من مجتمع صناعي إلى مجتمع تواصلي إلى مجتمع معلوماتي.

لم تكن الدول العربية بعيدة عن ما يحدث ،كما أنها لم تتخلف كثيرا عن اللحاق بركب الثورة المعلوماتية، كانت هذه الخطوة بمثابة نقطة البداية لإنطلاق الشبكة الفضائية العربية. فقد تزامنت مع الخطوة السعودية التي تمثلت في إستئجار القناة القمرية الثانية وخصصت بث برامج مركز تلفزيون الشرق الأوسط(mbc) في عام 1991.وتوالت القنوات العربية في إنطلاقها إلى أن وصل عددها إلى ما يزيد على 20 قناة، وأصبح المواطن العربي يمتلك هوائيات إستقبال القنوات التلفزيونية الفضائية العربية والأجنبية، بعد أن سمحت أغلب الدول العربية بذلك. وعلى الرغم من أن الدول العربية قامت بالإستفادة من أقمارها الإصطناعية عبر إنشاء القنوات الفضائية إلا أنها مازالت تواجه تحديات كبيرة خاصة إذا علمنا أننا أمام قدرات فضائية مذهلة.

ثالثا: واقع القنوات الفضائية العربية:

نشرت مجلة الإذاعات العربية بعددها السنوي لعام 2009 تقريرا يتناول شأن الفضائيات العربية بمختلف أنماطها وتخصصاتها العامة والمتخصصة منها، بإختلاف مصدرية تمويلها الحكومي والخاص. كان أبرز الخصائص التي يمتاز بها واقع البث الفضائي العربي تتمثل في توالي المتغيرات نتيجة تكاثر القنوات الفضائية العربية بوتيرة متسارعة. ففي مطلع التسعينيات من القرن الماضي لم يكن عدد من الفضائيات العربية بين عمومية و خاصة تعد على أصابع اليد، ثم بدأ تكاثر الفضائيات العمومية

[1] عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري ، أثر القنوات الفضائية في القيم الإجتماعية و السياسية ، دار غيداء للنشر والتوزيع(عمان)، ط1، 2013، ص83.

خلال النصف الأول من التسعينيات من نفس القرن بفضل القطاع الخاص. وفي نهاية سنة 2009 بلغ عدد الهيئات العربية التي تبث أو تعيد بث قنوات فضائية على شبكاتها حوالي 398، منها 26 هيئة حكومية و372 هيئة خاصة. وتبث هذه الهيئات على شبكاتها ما يزيد على 696 قناة متعددة الأهداف والأصناف واللغات، وتستعمل سبعة عشر قمرا إصطناعيا وفي مقدمتها الأقمار العربية (عرب سات، نايل سات ونورسات..) وبلغ عدد القنوات التي تعيد الشبكات العربية بثها حوالي 150 قناة تمثل 21% من البث الفضائي، بحيث يكون عدد القنوات التي تمتلكها وتبثها الهيئات العربية الحكومية والخاصة 546 قناة وتمثل نسبة 79% من مجمل البث الفضائي العربي. كما تجدر الملاحظة إلى أن تزايد القنوات متواصل فلا تكاد الشاشة الصغيرة تخلو كل شهر من بث تجريبي لقنوات جديدة.

يشهد البث الفضائي العمومي من الناحية الكمية نموا في عدد قنواته إلى ما يقل عن (97) قناة خلال عشرين سنة، فمعظم الهيئات العربية لديها أكثر من قناة عمومية واحدة. كما يعرف البث الفضائي العربي في الجانب العمومي توازنا بين القنوات الجامعة (ذات البرمجة المتنوعة) ب (49) قناة والمتخصصة (48) قناة. يواصل القطاع الخاص في مجال البث الفضائي العربي نموا متسارعا في المشهد الإتصالي العربي والدولي، وقد تطور عدد القنوات التي تبثها أو تعيد بثها هيئات القطاع الخاص لتصل إلى (599) قناة. إلى جانب النمو السريع للقطاع الخاص سجل توسعا في الساحة الجغرافية للبث، ليصل البث الفضائي إلى جميع جهات المعمورة بما في ذلك أستراليا ونيوزيلندا وأمريكا.[1]

إن ما يوجد في الفضاء العربي من قنوات تلفزيونية هي في الحقيقة بداية لمرحلة سينضج فيها الإعلام التلفزيوني العربي، حيث إن إقتصاديات السوق والمردود الإعلاني هما من سيدعم إستمرار وتأثير تلك القنوات.يقول الدكتور (وديع العزعزي) في كتابه "القنوات الفضائية في عصر العولمة. الثقافة الوافدة وسلطة الصورة": الناظر إلى خريطة الفضاء الدولية سوف يلمس تواجد وحضورا

[1] محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والإتصال دراسة في النشأة والتطور، دار الميسرة (عمان)، ط1،2012، ص294-298.

للفضائيات العربية بالمقياس الكمي، تبث برامجها عبر عدة أقمار صناعية من بين خمسة أقمار عربية (عربسات 2A3، ، نايل سات101، نايل سات 102)، ولكن هل أن القائمين على هذه الفضائيات قاموا بتوظيفها لخدمة أهداف التنمية في المجتمع العربي ومساعدته في مواكبة حاضرة وتوجيه طاقاته نحو تحقيق المستقبل أفضل؟ ".

شكلت إنطلاقة البث الفضائي العربي في هذه الفترة منعرجا هاما عرفت خلالها بداية التطورات التكنولوجية للبث ،كان الأمر يتعلق بالبث داخل مساحة الدولة العربية الواحدة أو خارج حدودها، وقد تعددت منذ ذلك التاريخ التطورات التي عرفها هذا البث مهما ما كان نوعه عبر السواتل، والتلفزيون الرقمي الأرضي و التلفزيون عبر الأنترنات ،و التلفزيون عالي الدقة و التلفزيون ثلاثي الأبعاد، فضلا عما تتيح اليوم التقنيات الحديثة للإتصال فيما يتعلق بتوفر الصورة و الصوة على شاشات الهواتف النقالة، و يستخدم البث الفضائي العربي ما لا يقل عن 17 قمرا إصطناعيا تمكنه من تغطية كل أصقاع العالم تقريبا[1].

حلّت الفضائيات العربية كظاهرة إعلامية ضيفا في إحدى ندوات معرض القاهرة الدولي للكتاب حيث ناقشت الندوة زيادة إنتشار القنوات الفضائية في العالم العربي في الآونة الأخيرة، لذلك برزت الضرورة بميثاق شرف الإعلام على تفعيل دور الفضائيات، ولقد جاءت دورة ميثاق الشرف للقنوات الفضائية التي وصلت مرحلة الشباب بعد أن طلّت على مشاهديها ثمانية عشر عاما منذ إنطلاق أولى القنوات الفضائية في المنطقة العربية[2].

نشرت مجلة "Forbes" الأمريكية في طبعتها العربية تحقيقا موسعا عن الإعلام العربي والفضائيات العربية بعد ظهوره عام 1991 من خلال مركز الشرق الأوسط (mbc)المجلة في تحقيقها تشير بكثير من التفصيل إلى واقع الإعلام العربي المتسارع الوتيرة باتجاه الإنفتاح على عوالم

[1] البث الفضائي العربي ، التقرير السنوي 2014، الجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية ، إصدار إتحاد إذاعات الدول العربية، ص 19.

[2] فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، دار أسامة للنشر والتوزيع (عمان)، ط 1، 2010،ص 135.

الفضائيات والبث عبر الأقمار الصناعية. إختارت المجلة أبرز رجال الأعمال المستثمرين في مجال الإعلام العربي منهم (الشيخ وليد البراهيم آل إبراهيم) أول من بدأ عهد الإعلام التلفزيوني الفضائي، بإطلاق محطة مركز الشرق الأوسط (mbc)وفي عام 2004 أطلقت المجموعة mbc 3للأطفال وفي 2002 أطلقت mbc 2 للأفلام والبرامج الناطقة بالإنجليزية وmbc4.[1]

نما عدد قنوات التلفزيون الفضائية المجانية في العالم العربي بنسبة 28,1% بين 2007 و2009 حيث وصل عدد قنوات التلفزيون الفضائية المجانية التي تبث على أنظمة عربسات ونايل سات ونورسات إلى 474. وتبين النسب أن 82,7% من 428 قناة العاملة تبث برامجها باللغة العربية بشكل حصري، أما بالنسبة للقنوات التي تبث برامجها باللغات الأخرى فنسبتها قليلة حيث شكل اللغة الإنجليزية نسبة 7,2% من مجموع القنوات العاملة. كما ورد في تقرير شركة المرشدين العرب، أضاف أن القنوات المملوكة للقطاع الخاص ستحوذ على الحصة الأكبر بين القنوات الفضائية 20,6% تليها القنوات المملوكة لجهات حكومية ب 13,3%[2] .

وفق آخر تقرير سنوي للبث الفضائي العربي للعامين (2012-2013)، يقدمه بانتظام إتحاد إذاعات الدول العربية، بلغ عدد القنوات الفضائية، التي تبثها أو تعيد بثها الهيئات العربية في العام (2011)، نحو (1096)قناة، بينما لم يكن عددها في عام 2010 يتعدى (7333) قناة، وقد وصل هذا العدد عندما كان هذا التقرير أعلاه، قيد الإعداد نحو (1320) قناة .ويؤكد التقرير ما ذهبنا إليه في مقدمة هذه الدراسة من أنه كان ثمة عوامل شتى عدت على تكاثر القنوات، وكان ذلك بالخصوص بفضل ما شهده القطاع من ثورة تكنولوجيا رقمية أتاحت للبث الفضائي فرصا غير محدودة، وتكلفة منخفضة وآفاقا رحبة، وكان ذلك أيضا بفضل ما حصل من إندماج و تفاعل تكنولوجيا التلفزيون من تكنولوجيا الأقمار الصناعية والحاسوب، ما مكن من بعث المزيد من القنوات. فاهتم جانب منها بنشر المعرفة وتوفير المعلومات والإضطلاع برسالة ثقافية وإجتماعية،

[1] فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي، نفس المرجع السابق، ص 143.

[2] عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام العربي ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل، دار المسيرة (عمان)، ط1، 2011.ص75.

واهتم جانب آخر من هذه القنوات الفضائية بمخاطبة الرأي العام للتأثير فيه، بينما انصرف جانب آخر لجني الأرباح بأقل التكاليف ودون اعتبار الضوابط المهنية للعمل التلفزيوني. لكن الملاحظة أيضا أن هذا الفيض الضخم من الفضائيات المترتب على التطور المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والمعلومات والاتصال قد أفرز إشكاليات جديدة تتجاوز المعطى الكمي.

البنية التشريعية :

تتفاوت التشريعات المنظمة للبث الفضائي العربي شمولا و تطورا من دولة عربية الى أخرى ،ففي عدد منها جرت مراجعات قانونية ذات أهمية (لبنان ،الاردن ،المغرب) أما في بلدان ما يعرف بالربيع العربي فقد صار واضحا أن البنية التشريعية قبل 2011 لم تعد هي نفسها بعد هذا التاريخ و أياً كانت طبيعة الحكم في كل دولة فإنها تحتاج بمستويات مختلفة الى مراجعة ما لديها من قوانين منظمة لقطاع الإعلام عموما و المرئي المسموع منه بالخصوص إن جملة من المسائل و التغيرات المشتركة تحتاج الى هذه المراجعة منها:

احتكار الدولة للبث السلكي واللاسيلكي قد تجاوزته الأحداث منذ أن توفر للمشاهد العربي إمكانية استقبال القنوات الفضائية العمومية والخاصة في مطلع التسعينات، ومنذ أن باشرت التكنولوجيا بإيصال الشارة التلفزيونية إلى الأقمار الصناعية عبر بروتوكول الانترنت مما مكن المستثمرين من بعث المزيد من القنوات الخاصة بدوافع ربحية أو غايات معرفية أو عقائدية أو سياسية،وفي ظل فراغ قانوني و دون إنتظار ترخيص من دوائر رسمية إن هذا الفيض الهائل من القنوات و هذا التطور المتسارع لتكنولوجيا الاتصال قد أفرز و اقعا جديدا و طرح إشكالات جديدة من أبرزها :

*إحتدام المنافسة : بين هذه الفضائيات لاسيما فيما يتعلق بجانبي الإشهار والرعاية، و غالبا ما تستهدف مبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية.

*مسالة الانتاج : إكراهات الإنتاج حيث لا تسهم الفضائيات العربية في الجانب الثقافي والمعرفي إلا بنسبة ضئيلة، لاتتعدى 1% (واحد من المئة) من الإنتاج العالمي، ما يدفع بالعديد من هذه الفضائيات إلى اللجوء إلى السوق الدولي لملء الفراغ الواضح في هذا الجانب.

*شفافية التمويل: غياب الشفافية على مستوى التمويل حيث لايعرف مصدر تمويل، وإنشاء وإشتغال العديد من القنوات الفضائية العربية (رأسمالها أو هو ما يطرح سؤال الهوية والخط التحريري الذي التي تمشي هذه الفضائية العربية.

حقوق المشاهدة :إن إندماج الدول العربية في منظومة القوانين المتعلقة بالحقوق الكونية، يدعوها إلى إستكمال ما لديها من تشاريع منظمة للقطاع المرئي و المسموع في مجال حماية الناشئة، وحفظ كرامة الأفراد و حرياتهم و التصدي لمغالطة الرأي العام .[1]

أولا:

ليس ثمة من شك في أن تكاثر القنوات التي تبثها أو تعيد بثها الهيئات العربية (نحو 1320 قناة في الوقت الحالي) قد أسهم في تنوع البث الفضائي العربي في ألوان ومرجعيات خطابة، وبلغاته ولهجاته ، ومناطق تغطيته، وأصناف قنواته، وطبيعة الجمهور المستهدف. يميز إتحاد الإذاعات العربية بين نوعين من القنوات الفضائية التي تبث من خلال السواتل العربية الكبرى، أي (عربسات، نايلسات، نورسات والباقة العربية الموحدة):

* الفضائيات المعرفية التي تشمل على القنوات العمومية والخاصة الجامعة أو المتخصصة، وهي قنوات ذات مضامين جادة، تستجيب لإحتياجات المشاهد إلى المعرفة والمعلومة والثقافة والتربية...

[1] البث الفضائي العربي، التقرير السنوي،2012-2013، الجنة العليا للتنسيق بين الفضائيات العربية ،إصدار إتحاد إذاعات العرب ،ص112.

* أما النوع الثاني، فيشتمل على القنوات الربحية ويصل عدد هذه الأخيرة حسب التقرير الأخير لإتحاد إذاعات الدول العربية إلى ما يقارب من (210 قناة) لا تتوافر فيها أدنى مقومات العمل التلفزيوني، و لا يمكن تجاهلها فهي في كل الحالات تمثل رقما من البث الفضائي العربي ،يصل إلى حولي 16%من جملة هذا البث الذي يصل تعداد قنواته إلى ما لا يقل عن (قناة 1320) سنة2011.

ثانيا:

بلغ عدد الهيئات العربية التي تبث أو تعيد بث قنوات فضائية عربية، ما يقارب من (776) هيئة غالبيتها العظمى عبارة عن هيئات تابعة للقطاع الخاص (750) مقابل (26) فقط للقطاع العمومي وتبث هذه الهيئات، أو تعيد بث ما يقارب 1320 قناة تلفزيونية، من بينها (168) قناة عمومية و (1152) قناة خاصة متعددة اللغات، ومتنوعة التخصص.[1]

– وقد تطور عدد القنوات التي تبثها وتعيد بثها الهيئات العربية في السنوات الأخيرة كالآتي:

جدول تطور عدد الهيئات والقنوات الفضائية العربية:

السنة	عدد الهيئات	القنوات العمومية	القنوات الخاصة	مجموع القنوات
2009	398	97	599	696
2010	470	124	609	733
2011	608	109	960	1069
2013-2012	776	168	1152	1320

[1] يحي اليحياوي، الخطاب الديني في الفضائيات العربية مقربة من منظور الموسطة، مؤمنون بلا حدود للنشر والتوزيع (بيروت)، ط1، 2016، ص 28.

جدول عدد القنوات الفضائية حسب أصنافها والجهة المالكة لها:

أصناف القنوات	القطاع العمومي	القطاع الخاص	المجموع
القنوات الجامعة	67	254	321
القنوات الغنائية	01	123	124
القنوات الدراما	11	140	151
القنوات الرياضية	41	135	146
القنوات الدينية	11	84	125
القنوات الإخبارية	05	61	66
القنوات للأطفال	02	21	23

جدول تصنيف القنوات الفضائية العربية:

أصناف القنوات	القطاع العمومي	القطاع الخاص	المجموع
القنوات الثقافية	07	03	19
القنوات الوثائقية	02	61	63
القنوات التعليمية	16	18	25
القنوات الأسرة	01	15	16
القنوات السياحة	/	04	04
القنوات الإقتصادية	03	17	20
القنوات الربحية	/	210	210
إختصاصات أخرى	01	06	07
المجموع	168	1152	1320

ثالثا:

أما فيما يتعلق بنظام البث فالملاحظ أن أكثر القنوات العمومية ما يقرب من 157 قناة يعتمد نظام البث المفتوح، سواء بالنسبة إلى القنوات الجامعة أو القنوات المتخصصة، وهو أمر يديهن بحكم التوجه الجماهري إلى هذه القنوات أو لتوجهها لخدمة رسالة معينة [1]. في المقابل نجد القطاع الخاص (1152 قناة) أن ثمة ما يقارب من (884) قناة جامعة، ومتخصصة تعتمد نظام البيت المفتوح، بينما يعتمد الباقي 268 قناة بنظام البث المشفر كما يظهر في الجدول الآتي:

جدول نظام البث القنوات الفضائية العربية:

نظام البث/القطاع	قطاع عمومي	قطاع خاص	المجموع
مفتوح	157	884	1041
مشفر	11	268	279
المجموع	168	1152	1320

رابعا:

على مستوى التغطية الجغرافية، فإن القنوات الفضائية العربية، تستخدم في بثها وإعادة بثها ما يقل عن (17) قمر صناعي، أهمها (عربسات، نايل سات، نورسات، والاقة العربية الموحدة). وهذه الأخيرة تمكن الفضائيات العربية من بلوغ مختلف قارات العالم، لاسيما أستراليا ونيوزلندا، وأمريكا الجنوبية وقارة آسيا.

كما تلجأ هذه القنوات إلى أقمار صناعية دولية (أليوتلسات، الهوتبورد، تليستا) لتغطية باقي جهات العالم.

[1] يحي اليحياوي، الخطاب الديني في الفضائيات العربية مقربة من منظور الموسطة، نفس المرجع، ص30.

خامسا:

أما بالنسبة إلى اللغات المستعملة وفق معطيات إتحاد إذاعات الدول العربية تتصدر اللغة العربية واللهجات المستعملة في البث الفضائي العربي، بينما تحافظ اللغة الإنجليزية على موقعها في صدارة اللغات الأجنبية المستعملة، تليها الفرنسية وإلى جانب ذلك يتم إستعمال لغات إقليمية أخرى للتواصل مع مواطن الدول المجاورة، كاللغة الفارسية واللغات العبرية والهندية والإسبانية والتركية وغيرها.[1] و خدمة للمواطنين من أصول إثنية غير عربية يأتي البث الفضائي العربي بلهجات ولغات الأقليات التي تعيش في المنطقة العربية كالأمازيغية والبربرية وما سواها.

سادسا:

أما من زاوية شكل ومرجعية الخطاب الإعلامي، فالواضح أن غالبية القنوات العربية بقيت أو لا تزال وفية للمرجعية التي على أساسها أنشئت، أو خاضعة لتوجهات جهة التمويل أو الإشهار أو الرعاية أو ما سوى ذلك.

سابعا:

من زاوية المضمون، نلاحظ على القنوات الفضائية الخاصة منها تحديدا، أنه على الرغم من تكاثر عددها (ما يقارب 1152 قناة) فإنها لا تمثل في رأي العديد من المتخصصين إضافة حقيقية إلى قطاعي الإنتاج والبث التلفزيوني العربيين، بل إنها وضعتنا أمام مشهد يتألف من فيض القنوات فيه جانب مهم بفرض إحترامه على مشاهديه بجدية وحرفية، إزدحم حولهم كم هائل من القنوات

[1] يحي اليحياوي، الخطاب الديني في الفضائيات العربية مقربة من منظور الموسطة، مؤمنون بلا حدود للنشر والتوزيع (بيروت)، ط1، 2016، ص 32.

الطفيلية التي سمحت بها تكنولوجيا متطورة بإخضاع و إستغلال ما يسرته التكنولوجيا لضوابط مهنية وأخلاقية.[1]

رابعا– ظاهرة تلقي البث الفضائي الوافد و أزمة القيم:

يعتبر البث التلفزيوني المباشر ظاهرة إتصالية كبرى يتعرض لها العالم في الوقت الحاضر، لكونها تتعامل مع عقول الناس من دون المرور عبر الرقيب،يراد بها تشكيل سلوكيات الأفراد في المجتمعات البشرية وهو لا يهدف إلى نقل حضارة العالم المتقدم بل يهدف إلى إلغاء الهوية الثقافية، ليتسنى للقائمين على برامج البث طرح إيديولوجية العولمة ومن ثم تشكيل سلوكيات الأفراد بإتجاه هذه الإيديولوجية. و كما أطلق عليها بيار بورديو"بالايديولوجيا الناعمة" التي تتمثل في تلك الجرعات اليومية بل اللحظية التي تبثها وسائل الاعلام الحديثة و تتغلغل و تنساب الى عقول المشاهدين بهدوء و بلا ضجيج كما أنها تمتد إلى مجالات الإنتاج الثقافي الأخرى، و هو ما ينبه الى خطورته بشكل خاص [2]وتكشف إحدى الدراسات **حول : تأثير القنوات الفضائية في منظومة القيم الإجتماعية دراسة إجتماعية ميدانية 2007**،عن مدى التأثيرات الإيجابية والسلبية للقنوات الفضائية العربية والأجنبية في منظومة القيم الإجتماعية وذلك من خلال دراسة ميدانية لعنة من طلاب الجامعة وترى الدراسة أن التغيرات السريعة التي شهدها العالم قد لعبت دورا هاما في تغيير منظومة القيم الإجتماعية والثقافية. ومن بين النتائج التي توصل إليها:

أن نوع الطبق الذي تستخدمه الأسر جاء النيل سات في المقدمة ب 36,9% ،أما عن أسباب تركيب الطبق الفضائي فاحتل متغير الإنفتاح على القنوات المختلفة في المرتبة الأولى بــ58,5%. أما عن قنوات المشاهدة فجاءت المشاهدة بشكل يومي ب 45,6%.و عن طبيعة

[1] يحي اليحياوي ، نفس المرجع سابق ، ص 33.

[2] بيير بورديو، التلفزيون و آليات التلاعب بالعقول،ترجمة درويش الحلوجي ،دار كنعان للدراسات و النشر (دمشق)،ط1، 2004، ص24

المشاهدة فبينت الدراسة أن المشاهدة غالبا ما تتم بشكل جماعي في الأسرة ب 64,1% وبشكل فردي ب 29,1%.وعن المتحكم في إختيار القنوات الفضائية التي يتم مشاهدتها في الأسرة فكان الوالد ب 41,6 %، أما عن القنوات المفضلة فجاءت أ.م.ب.سي mbc في المرتبة الأولى.وعن البرامج المفضلة في القنوات العربية فهي الأفلام والمسلسلات ب 71,7 %. و القيم الإيجابية التي تقدمها القنوات العربية فكانت القيم الدينية ب 46,6%.أما عن القيم السلبية التي تقدمها القنوات العربية فهي قيم الإستهلاك والآمبالاة (47,9 %) ثم المادية بنسبة 41,4 % فجاءت الإعلانات في المرتبة الأولى[1] .

لقد أصبح البث التلفزيوني المباشر يشكل تحديا للمجتمعات النامية من ضمنها الأقطار العربية، التي أصبحت متلقية ومستوردة للإتصال، هذا يعني أن هناك أطرافا أجنبية أو غربية تشارك في صنع مستقبلنا ،لذلك يمكن إعتبار البث الفضائي حربا وصراعا سياسيا وثقافيا وإعلاميا وتقنيا بين القوى الموجهة المالكة للأقمار الصناعية والبث المباشر، وبين شعوب العالم الثالث لا سيما العرب منهم. فالقنوات الفضائية الأجنبية تسعى إلى تفويض أسس النظام القيمي وارتكزات التوازن الثقافي والذهني والنفسي والخيالي التي تعود عليها المجتمع العربي كما تسعى إلى تفتيت التوازنات التقليدية التي تشكل العصب الحساس بالنسبة للمجتمع العربي مثل قدسية الأسرة وترابط الأجيال، والتقديس التقليدي للعمل والتضامن الإجتماعي ومركزية المقدس الديني والطقوسي. كما أن المتلقي هدفا لكم هائل من البرامج و المواد الإخبارية والأفلام والمسلسلات، بل إلى هجوم واسع من الإعلانات التي أخذت تطارده بما تقدمه له من مغريات. تنطوى على مجموعة القيم والسلوكات التي تتناقض مع الهوية الثقافية العربية وفي محاولة لتحطيم الشخصية العربية وتفكيك قيمها وتقاليدها وإظهارها بشكل عاجز وسلبي، ويأتي في مقدمة ذلك الغزو الثقافي باستخدام البث التلفزيوني المباش، حيث توفَّر للغرب القدرة على إختراق الحدود الإقليمية وجدران المنازل.، يخضع هو وأفراد أسرته لضغوطها التي

[1] سعيد ناصف ،تأثير القنوات الفضائية في منظومة القيم الإجتماعية دراسة إجتماعية ميدانية ،2007.

تكلفه أن ينفق الكثير لكي يستجيب لبعض منها لإرضاء وإشباع حاجاته[1] وأكد ذلك في التقرير (1352) في 1964/4/27 الذي نوقش في دورة الكونجرس الأمريكي رقم (88) حيث جاء فيه "..يمكننا أن نحقق بعض أهداف سياستنا الخارجية من خلال التعامل المباشر مع شعوب الدول الأجنبية بدلا من التعامل مع حكومتها، من خلال إستخدام تقنيات الإتصالات الحديثة...يمكننا اليوم أن نقوم بإعلامهم والتأثير في إتجاهاتهم بل ويمكن في بعض الأحيان أن نجرفهم إلى سلوك طريق معين."[2] يعد التلفزيون الأجنبي الوافد عبر السوائل الفضاء ظاهرة جديدة بعد أن كان موضوع هذه الظاهرة كثير التردد كموضوع مستقبلي، لذا فإن حلول هذه الظاهرة يعني أن المستقبل قد وصل!بل إن الخطر من هذا هو تعرض العائلة العربية إلى محاولات التفكيك الأسري الأخلاقي، بسبب ما تقوم ببثه أعداد من القنوات من مواد تمس الجوانب الأخلاقية للفرد كل هذا يحدث دون أن تكون هنالك مواقع قانونية أو إتفاقيات دولية تمنع ذلك، وقد ترتبت على الفضائيات الأجنبية الوافدة التي تنقل واقعا غربيا إجتماعيا، وإقتصاديا متقدما آثار سلبية على الأسرة العربية، أسفرت عن تخلخل منظومة القيم الأسرية حيث توارت معظم القيم الأخلاقية وبرزت أهمية الإعتبارات المادية على حساب القيم العاطفية والنفسية والتضامنية، وبالذات لدى الأجيال الجديدة من الشباب.[3] ففي عام 1980 تبنت الأمم المتحدة من خلال جمعيتها العامة قرار في 1980/12/16، دعت فيه إلى تضامن معلوماتي جديد رغم أن هذه الدعوات وغيرها لم تجد طريقها للتنفيد بشكل واضح.

– البث الفضائي الوافد و ثقافة الإستهلاك:

منذ ظهور البث الفضائي العربي في بداية التسعينيات الماضية لوحظ التزايد الكبير في أعداد الفضائيات الترفيهية و الموسيقية و الغنائية . قدمت للمتلقي نكهة إعلامية جديدة ساهمت في

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام العربي ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل،مرجع سابق، ص76-77.

[2] عبد الرزاق محمد الدليمي، إشكالية الإتصال و الإعلام في العالم الثالث، مكتبه الرائد العلمية (عمان) ،ط4 ،ط،200، ص201.

[3] عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام العربي ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل، دار المسيرة (عمان)، ط1، 2011، ص 89.

إضعاف مشاهدة المحطات الرسمية و هي بداية خطة مرسومة لإيجاد رأي عام منسجم مع هذه التوجهات و السياسات الاعلامية المعروضة ،التي تقوم بنهش القيم الإيجابية للأمة بطريقة تراكمية كرست الإستهلاك و أعطت مساحات واسعة للإعلانات التجارية التي تستخدم فيها المراة [1]. إن الحديث عن البث المباشر للقنوات التلفزيونية الوافدة يعني تناول هذه الظاهرة بجوانبها المختلفة إبتداءا من البرامج الموجهة إلى الإعلانات، التي تنقل القيم الغربية بما تحمله من تضليل بهدف تسويق السلع وسلب إرادة الإنسان العربي وتشجيعه على أنماط السلوك الإستهلاكي. فقد نجحت هذه القنوات في نشر الأذواق الإجتماعية والثقافية للبلدان المتقدمة على نطاق واسع، بحيث غدت مألوفة وتحظى بإعجاب الكثير مما دفع الناس إلى تقليدها واعتبارها معيار للسلوك البشري في تلك البلدان بعيدا عن الأخذ بثقافته الوطنية.

لقد إرتبط مضمون التلفزيون بثقافة الصورة وما يفرزه من مضمون ثقافي لدى الجمهور نتيجة التعرض للمادة التلفزيونية. فالصورة غدت اليوم الأدات الثقافية الأكثر إستهلاكا والأقدر على الفتك بنظام المناعة الثقافي الطبيعي لدى الشعوب العربية الإسلامية، فهي مادة مكتنزة بالخطابات والرسائل والدلالات تقدم للمستهلك بدرجة كبيرة من الجاذبية والإغراء.

ويتعامل كثير من البلدان في العالم الثالث اليوم بحذر مع الظاهرة التلفزيونية الفضائية الوافدة، فقد صدر قانون في إيران في مطلع عام 1995 بمنع استخدام الأطباق اللاّقطة، وكانت العربية السعودية قد منعت استخدام الأطباق في أواخر عام 1994، إلا أن دولا أخرى أخذت تعيد النظر في التنظيم البرامجي التلفزيوني، فقد أقرت إدارة البرامج التلفزيونية في القناة المصرية الأولى في النصف

[1] تيسير أحمد أبو عرجة ، الإتصال و قضايا المجتمع ، دار المسيرة (عمان)، ط1، 2013،ص141.

الثاني من عام 1994 زيادة ساعات البث إلى 22 ساعة يوميا وذلك في محاولة لجذب المشاهدين إلى القنوات المصرية.[1]

والمتمعن في طبيعة الإتصال الفضائي الأجنبي الوافد يفصح أن العوامل الوسطية تقل فاعليتها إلى حد كبير في هذا النمط من انماط الإتصال، الأمر الذي يجعل من إحتمالات تأثير القنوات واضحا في الوطن العربي حيث أن ما يقلل من قوة العوامل الوسيطة يتمثل في تيسير التعرض للقنوات التلفزيونية الوافدة على مدار اليوم وتعددها وقوة طرق تقديم المواد التلفزيونية وجاذبيتها وجدة الموضوعات وحيويتها، وضعف مستوى المواد التلفزيونية المحلية.

تقول الباحثة (فاطمة المرنسي) "إن العولمة الثقافية (البث الفضائي) تحولت في فترة وجيزة نسبيا إلى إدارة فعالة لإختراق هيمنة الإعلام الرسمي وحصاره في المجتمعات العربية الإسلامية، وكانت تأثيراتها الإجتماعية والثقافية مقدمات مفيدة للتربية العربية على حقوق المواطنة في مقالها إلى تأكيد حقيقة أن الملايين من العرب والمسلمون الذين يشاهدون بكثافة الفضائيات العربية وهي تخص بالذكر منها قناتي الجزيرة و أبوظبي، إنما يقومون بذلك لأنهم يجدون فيها بالفعل ما يفقدونه تماما في قنواتهم التلفزيونية الرسمية ".يبدو أن الدور الذي أصبحت الفضائيات العربية تقوم به على امتداد العالم العربي يتنامى باستمرار، وإن لهذه الصورة الإيجابية المشرقة لظاهرة انتشار الفضائيات في العالم العربي وجها آخر ينبغي عدم تجاهله و لا إغفاله، ذلك لأن ما يمكن تسميته بالصحوة العربية الجديدة، التي ساهمت تلك الفضائيات في نشأتها بفعالية، من جهة ثانة غزت المجتمعات العربية ظواهر أخرى سلبية يمكن تصنيفها في خانة الإستلاب والتغريب الثقافي.[2]

---

[1] عبد الرحمن عزي، عصام سليمان موسى وآخرون، العرب والإعلام الفضائي، مركز دراسات الوحدة العربية (بيروت)، ط1،2004،ص 65.

[2] عبد الرزاق الدواي، في الثقافة والخطاب عن حرب الثقافات، حوار الهويات الوطنية في زمن العولمة، المركز العربي لأبحاث ودراسة السياسات، ط1، 2013، ص 169-170.

خامسا- الجهود العربية لمواجهة البث الفضائي:

إن محاولة مواجهة البث الفضائي الوافد عملية صعبة ولذلك يجب أن نضع في الحساب أننا سنتعامل مع هذا البث شئنا أم أبينا خصوصا بعد تطور أسلوب البث، ويمكن للجهود العربية المشتركة أن تحقق نجاحا لمواجهة البث الفضائي من خلال :

1- زيادة عدد المحطات التلفازية المحلية وتوسيع خدماتها وتنويع مضامينها.

2- تقوية الإرسال من أجل فرض السيادة الإعلامية على الأرض العربية.

3- تقوية محطات الإرسال وزيادة فعاليتها.

4- الإهتمام بالإنتاج التلفزيوني على إختلاف أنواعه وبالذات البرامج الدرامية.

5- إيجاد سياسات إعلامية واضحة تفتح المجال للعمل الإعلامي[1].

شهد أيلول 1991 إنطلاق محطة MBC التي إستطاعت أن تفرض نفسها من خلال حيوية ما كان يبث منها، وإنعكاساتها أفرزت حقيقة الحاجة للثقافات ومنها العربية لكي لتأخذ موضعها على رقعت البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الإصطناعية. وكان إنطلاقها لأول مرة عن طريق القمر الأوروبي "أوتير سات2" الذي أضيف له "عربسات أس" وهو أول قمر إصطناعي عربي للبث التلفزيوني المباشر وأطلق عام 1992 ومن ثم قمر " Satcomof2R" ليتمكن من تغطية العالم العربي بشكل جيد إضافة إلى أوروبا وأمريكا الشمالية. وبعد عام من إنطلاقة MBC بإدارت مؤسسات سعودية لإنشاء مجموعة راديوو تلفزيون العرب ART من إيطاليا. وبعد هذه الشبكات إندفعت مؤسسات عربية رسمية وغير رسمية لإطلاق قنوات أخرى مثل: دبي ومصر والمغرب والجزائر وتونس. وأغلب هذه المحطات مجانية يستطيع المواطن إلتقاطها عبر صحن هوائي وجهاز

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام العربي ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل، مرجع سابق، ص 78.

إستقبال.[1] ويستقبل العالم العربي ما يسمى بظاهرة الإغراق التلفزيوني الفضائي وهي عبارة عن كم من المحطات الأوروبية والهندية والتركية تبث سموم وبرامج لا تتوافق مع عادات وتقاليد وقيم المجتمع العربي.

القنوات الفضائية العربية الخاصة:

تعد القنوات الفضائية العربية الخاصة، التي تملكها وتديرها رؤوس الأموال العربية إحدى المعالم الحديثة للإعلام العربي. برزت القنوات الفضائية العربية الخاصة إلى ساحة الإعلام الفضائي كنتيجة لثورة الإتصالات بعد عقود طويلة من إحتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع . واستطاعت العديد من القنوات الفضائية العربية الخاصة جلب إهتمام المشاهد العربي،وحقق بعضها نجاحا جماهيريا رغم وجود بعض وجهات النظر التي تعارض فكرة الإستقلال لتام لبعض المحطات الخاصة، ومع ذلك فإن القنوات الفضائية الخاصة قد استطاعت العمل في مجال الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي.[2]

تتنوع القنوات الفضائية وتختلف حسب البرامج التي تحققها للمشاهدين، فهناك محطات فضائية متنوعة وأخرى متخصصة، و بالتالي فإن البرامج ستختلف في طبيعتها وإعددها وإقتصاره على نشاط إعلامي واحد أو مسائل إعلامية متنوعة، وما أكثر الفضائيات العربية وما أوسع انتشارها إلا أن الجمهور يتحدد حسب طبيعة برامجها و تخصصها في البث الإعلامي الذي تحدد تلك الفضائيات[3] والواقع إن تأسيس المحطات الفضائية العربية لا تختلف كثيرا في دوافعها عن المحطات المحلية التقليدية، لذلك لم تختلف سياساتها عن سياسة المحطات المحلية، فالرسالة لا تزال واحدة ذات طابع تقليدي تفتقر للشخصية المتميزة وعدم وجود خطة براجمية شاملة، وعدم وضوح أهدافها وإهمال للجمهور وعدم تلبية حاجاته في بعض البرامج الخدماتية والترفيهية. وقد أضعف من ذلك من قدرات هذه القنوات على جذب المشاهدين العرب في ظل تنافس قوي مع الفضائيات الوافدة التي تتميز بقدرات

---

[1] عبد الرزاق محمد الدليمي، نفس المرجع السابق ، ص80.

[2] هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية (القاهرة)، ط1، 2008، ص225.

[3] فارس عطوان ، الفضائيات العربية، دار أسامة (الأردن)،دط،2011،ص133.

كبيرة في مجال التغطية والتأثير والإنتاج الغزير الذي يستقطب المشاهدين. يسمي "ماكلوهان" المرحلة التي نعيشها حاليا عصر الدوائر الإلكترونية كما تتمثل بشكل خاص في التلفزيون والكمبيوتر بتوسيعها وتقليدها لعمل العقل البشري...يقول ماكلوهان إن الأنماط الكهربائية للإتصال كالتلفزيون والسينما...تشكل هي الخرى الحضارة في القرن العشرين وما بعده.[1]

صحيح أن المنافسة قد ساعدت على تطوير البرامج المختلفة ومنها الأخبار لكنها لم تتمكن من تغطية ساعات الإرسال بالبرامج المحلية لأسباب إقتصادية أو فنية أو بشرية، مما إضطرها إلى إستيراد برامج تحمل قيما ومفاهيم تتناقض مع القيم العربية وتؤثر سلبا على الخطط التنموية والوطنية، وقد ساعد هذا على ترسيخ الهيمنة والتبعية ولعل المتتبع للمضمون الذي تطرحه أغلب الفضائيات العربية يجده حبيس التصورات الضيقة للأنظمة العربية. وتقوم هذه القنوات بذلك في سياق الحفاظ على السلطة تمثل إحتياجات النخبة السياسية الحاكمة ورغباتها.

صورة المرأة في القنوات الفضائية العربية:

ثانيا: صورة المرأة في التلفزيون

لا شك أن هناك العديد من المحاولات التي تقدمها وسائل الإعلام لتحسين صورة المرأة العربية، إلا أن الصورة الغالبة في البرامج التلفزيونية والمسلسلات هي صورة المرأة التقليدية، وهي في مجملها صورة جامدة وثانوية مما يتطلب مراجعة جادة لمضمون الكثير من البرامج، والتمثيليات والأفلام التي تعمل بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على ترسيخ صورة المرأة التقليدية ودورها في المجتمع.

وهناك العديد من الدراسات الأكاديمية التي حاولت تحليل مضمون صورة المرأة العربية من خلال ما يبث في التلفزيون، وتشير دراسة صالح محمد على حميدة: **صورة المرأة اليمنية في الدراما التلفزيونية المحلية** (2005-2007): دراسة تحليلية ومسحية على جمهور الفضائيات اليمنية. إلى الجوانب المتعلقة بواقع صورة المرأة اليمنية في وسائل الإعلام، وربط السياسات الإعلامية إزاء صورة المرأة في المجتمع، هدفت الدراسة إلى معرفة دور التلفزيون اليمني في نقل الصورة الواقعية للمرأة اليمنية،

[1] فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهري، دار أسامة (عمان)، ط1،2011، ص108.

للتعرف على ما تقدمه الدراما المحلية من خلال المسلسلات الدرامية محليا عن المرأة اليمنية والتي تبث في الفضائيات اليمنية. إعتمد الباحث على منهج المسح الوصفي التحليلي من خلال عينة من الجمهور النوعي. وقد إستخدم الباحث صحيفة تحليل المضمون على عينة قصدية بلغت عينة المسلسلات و خلصت الدراسة إلى أن الفضائيات اليمنية أنتجت أربع مسلسلات درامية من 2005-2007 بنسبة 75% مقابل 25% للقطاع الخاص، ركزت المسلسلات الدرامية معالجة القضايا الإجتماعية للمرأة و باللهجة المحلية، بدرجة أولى بنسبة 92,2%. وكانت حالة ظهور النساء في المسلسلات الدرامية تفاوتت من مسلسل إلى آخر، ، إلا أنها ظهرت بالصورة التقليدية : الأم، الزوجة، الأخت، المسلوبة، الإرادة، صاحبة القرار السلبي، مثيرة المشاكل، كثيرة الإنجاب. استهدفت المسلسلات الدرامية الجمهور العام ب 48,36% ثم الفئات الحضرية ب 18,85 % دليل على تركيزها على البيئة الحضرية أكثر من الريفية. إن أغلب الصور التي قدمت عن المرأة اليمنية ارتبطت بالصورة التقليدية فهي المرأةالمتسلطة على الأبناء، وهي المرتبطة بالمطبخ والتابعة للقرارات الذكورية[1] .إلا أنه ما يزال التلفزيون يلح على الأدوار التقليدية للمرأة كزوجة أو كربة بيت، وأكدت أن التلفزيون يخصص جانبا كبيرا من برامجة عن المرأة للجوانب الجمالية، والمظهرية كالأزياء والماكياج، مما يعني بأن القائمون على تنظيم هذه البرامج يقتنعون بأن القضية الأولى بالنسبة للمرأة العربية هي تنمية اهتمامها بأنوثتها وإغفال قدراتها الأخرى كإنسان وكمواطنة، وإن كان هذا لا يعني عدم وجود بعض الاستثناءات التي تمثلت في البرامج التي إهتمت بإبراز المشكلات التي تعاني منها المرأة في مجال العمل، وفي إطار التشريعات والتقاليد والقوانين السائدة، إلا أن هذه البرامج التلفزيونية تولي إهتماما مبالغا فيه لبعض الجهات مثل: الفنانات وسيدات العمال على حساب فئات أخرى [2].

[1] صالح محمد على حميدة: صورة المرأة اليمنية في الدراما التلفزيونية المحلية: دراسة تحليلية ومسحية على جمهور الفضائيات اليمنية: ماجستير في علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 3،سنة 2008.

[2] محمد علي اليدوي، دراسات سوسيو-إعلامية، دار النهضة العربية (بيروت)، ط1، 2006، ص 129.

وتركزت معظم البرامج التلفزيونية على قطاعات محدودة من السكان، تمثل فيها الشرائح العليا من الطبقة الوسطى من سكان المدن، في ظل تجاهل نساء الريف والفضاءات الشعبية، فضلا عن الإهتمام ببعض الفئات العمرية الشابة وإهمال المراحل الأخرى. وتصور معظم الدراما التلفزيونية المرأة ناجحة في عملها خارج المنزل على أنها زوجة، أو أمٌ فاشلة، كما تصورها على أنها عاجزة عن إدارة المشاريع الإقتصادية. أما على المستوى السياسي تصور الدراما التلفزيونية المرأة بأنها تركز إهتمامها على المجال المنزلي، ولا تكترث لمشكلات المجتمع. كما لا يلاحظ وجود صورة المرأة كمشاركة في العمل السياسي، أو في الوظائف الحكومية، وجدير بالذكر هناك تجاهل واضح في هذه الدراما لقضايا المرأة الريفية، والتأكيد على تنميطها بقوالب لا تخرج عن كونها زوجة أو عاملة في الزراعة.

أ. صورة المرأة في الفيديو كليب:

أما الفيديو كليب الذي بات بشكل الظاهرة الأكثر طغيانا على القنوات الفضائية، فهو مثال صارخ على تلاشي الكلمة أمام الصورة، لتصبح الرسالة المعلنة من خلال الأجساد المتراكمة بالمجان، فالأغاني الشبابية بالفيديو كليب التي أصبحت تصور بالطريقة الغربية مستخدمين أحدث الوسائل التكنولوجية، و المرأة هي واحدة من هذه الأدوات التي تساهم في نشرها ونجاحها، وعامل مساعد على نجاح الأغاني و إن كان بأسلوب رخيص، وتسعى النساء العربيات إلى تقليدها باعتبارها النموذج العصري المطلوب، مما يهدد بفقدان هوية المرأة العربية. فصورة المرأة في الفيديو كليب تنظر للمرأة كجسد جميل وجذاب وعنصر إغراء. وتشجع على مشاهدة هذا النوع من الأغاني.[1]

ج. صورة المرأة في الإعلان:

يعيش المجتمع المعاصر اليوم عصر الصورة، فالكلام إختصر إلى إشارات وإبتكر الأفراد مختصرات للكثير من الكلمات والعبارات، إلا أن صورة المرأة لم يتم تصغيرها بل تضخيمها مع التركيز على

[1] محمد علي اليدوي، نفس المرجع السابق ، ص 131.

جوانب ومناطق معينة تستفز المشاهد. فكلما كشفت مناطق جديدة من جسد المرأة كلما حققت الإعلانات هدفها في إبقاء المشاهد في حيز المشاهدة، وتنطلق الإعلانات من نظرية الحرِّية للمرأة.

فالإعلان هو قوة إعلامية وثقافية لا يمكن تجاوزها أو الإستغناء عنها، بما له من دور واسع وقوي بين أفراد المجتمع، وعنصر الإثارة الأساسي المستخدَم المرأة التي شوهت صورتها وشخصيتها. فالإعلانات عملت بشكل واضح على تنميط المرأة وحبسها في قمم الأدوار التي تعود بأعلى مردود مادي، وهو بذلك تتجاوز جميع القيم والأسس التي تجهد صحافة المرأة الجادة في تقديمها.فالمرأة في الإعلان مجرد أدات لترويج السلعة، وهذا ما يفسر مبالغة الملامح والتقاطيع الجسدية بمواصفاتها الجمالية المثالية لصالح الترويج للسلعة وجذب أكبر عدد من المشاهدين، إن المرأة في الإعلان هي سيناريو جنسي sexual scenrio كما يوضح "بودريار" Baudrillard.[1]

ففي تحقيق أجري عام 1995 في مجلة الحسناء تبين أن نسبة العاملات في الإعلان قسم التصميم بلغت 70% وفي قسم الإبداع 75% والسبب في ارتفاع هذه النسب هو اعتبار المرأة اداة لتسهيل عملية التسويق، وفي استطلاع الرأي تابع للتقرير الوطني عام 1994 أشارت النتائج إلى أن ما نسبته 58% من الناس غير راضية عن صورة المرأة في الإعلانات المحلية ، كما تعتقد نسبة 69% منهم أن هذا التأثير هو سلبي كما أنه يهين كيان المرأة كإنسان.

ويعتبر الإعلان التلفزيوني أخطر أنواع الإعلانات تأثيرا على جمهور المشاهدين، وإستغلالها لصورة المرأة ولقد كشفت دراسة هامة حول صورة المرأة في إعلانات التلفزيون عن نتائج هامة حيث إعتمدت على تحليل مضمون 356 إعلانا تلفزيونيا، كما قامت الباحثة أيضا بإجراء مقابلات مع عدد من مديري وكالات الإعلان، وتوصلت إلى عدة نتائج منها أن صورة المرأة استخدمت في 300

[1] محمد علي اليدوي، دراسات سوسيو-إعلامية، مرجع سابق، 2006، ص 133.

إعلان من 306 وكررت قرابة 3000 مرة في 90 يوم، وإن الصورة التي تقدم المرأة في الإعلان منتقات وليست عشوائية.[1]

ثالثا:صورة المرأة في الصحافة:

هدفت دراسة "ميس فريد جاد الله بدر" حول صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية ،إلى تحديد صورة المرأة كما رسمتها الصحافة الأردنية من خلال السمات التي رسمتها بها، والموضوعات التي تناولتها فيها، والمصادر التي تحدثت عنها، والمشاكل والقضايا التي عرضت الصحافة المرأة فيها، والتعرف على الفئات النسائية التي إهتمت بإبرازها، والأمكنة الجغرافية التي ركزت عليها من خلال دور حارس البوابة الإعلامية في المعلومات التي يمررها للقارئ عن المرأة. وعليه فإن تحليل صورة المرأة في الصحافة يصبح أمرا مهما يسهم في تعريف الجهات المختلفة، الثقافية، السياسية، الإجتماعية، بواقع المرأة كما يظهر في الصحافة اليومية. إقتصرت هذه الدراسة على تحليل صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية لثلاث صحف صدت في عام 2007.هي (الرأي والدستور والغد) وتم تحليل مضمون المواضيع المتعلقة بالمرأة الأردنية وإعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كما تم إختيار الفقرة كوحدة للتحليل. توصلت نتائج الدراسة إلى أن صورة المرأة الأردنية في الصحف اليومية الثلاثة هي صورة إيجابية، لكن غير متوازنة تماما حيث بينت أن المرأة الأردنية متقلدة مهنا عليا، ومتعاونة مع مجتمعها، كما أبرزت الإهتمام بنشاطات المرأة غير الرسمية أكثر من الرسمية، وتركز على المرأة التي تمكن في العاصمة دون غيرها من المناطق الأخرى. هذه النتائج في مجملها بينت أن صورة المرأة لم تكن متوازنة بل كان فيها إنحياز للمرأة في المدن وإهمال الشرائح النسائية في الريف والبادية، و تقودنا لإستنتاج عام يدل على عدم وجود سياسة واضحة لحارس البوابة الإعلامية بخصوص المرأة[2].

---

[1] همت حسن، دراسات في نظريات الإعلام، مصر العربية للنشر و التوزيع،ط1، ،1010 ، ص 255.

[2]ميس فريد جاد الله بدر، صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية، ماجستير في الإعلام: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2009 .

رابعا: صورة المرأة في الإعلام:

سعت دراسة "مريم باقو صادق السنيمي"، صورة المرأة الكويتية في الإعلام الكويتي من جهة نظر الإعلاميات إلى الإقتراب من ذهن الإعلامية الكويتية في ما يتعلق بإشكال الصورة الذهنية للمرأة الكويتية لدى الإعلاميات الكويتيات. حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إسهام وسائل الإعلام الكويتية في تحسين أو تشويه صورة المرأة الكويتية من جهة نظر الإعلاميات الكويتيات، وإلى التعرف على ملامح الصورة النمطية والصورة الذهنية التي تقدمها وسائل الإعلام في الكويت عن المرأة الكويتية، والتعرف على الأنماط الصحفية التي تستخدمها وسائل الإعلام الكويتية لحديث عن المرأة الكويتية، والتعرف على طبيعة المواضيع والقضايا التي تبرزها وسائل الإعلام الكويتية للمرأة وأنماط التمييز والعلاقة بين الرجل والمرأة التي تبرزها وسائل الإعلام من جهة نظرا الإعلاميات الكويتيات .وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

1- إن إسهام وسائل الإعلام الكويتية في تحسين وتشويه صورة المرأة الكويتية هو إسهام مهم ومؤثر مما يلقى على وسائل الإعلام مسؤولية كبيرة في تحسين صورة المرأة.

2- بينت النتائج أهمية صورة المرأة في الإعلام المرئي، بالمقابل أظهرت دور ضعيف للصحافة المطبوعة إزاء تحسين صورة المرأة من خلال الأشكال الصحيفة المتنوعة باستثناء المناسبات ذات العلاقة بالمرأة.

3- تبين أن الإعلام الكويتي يبرز الرجل بشكل أكبر من المرأة مما يعكس تمييزا ضد المرأة.إذ يقدم صورة المرأة على أنها سلعة في الأعمال الدرامية والإعلانات التجارية.

4- أظهرت النتائج أن الإعلام الكويتي يعمل على رفع المستوى المرأة من خلال المهن الإنسانية التي تقوم بها (كالطب، التعليم،...).

5- يبرز صورة المرأة على أنها ربة بيت ولا يبرز المهن الحقيقية للمرأة[1].

خلاصة:

وخلاصة القول أن الأعمال التلفزيونية غالبا ما تكون الصورة التي تظهرها هذه الأعمال غير واقعية ومبالغ فيها، هذا فضلا عن التركيز على دور واحد من أدوارها الإجتماعية وهو الدور البيولوجي وإغفال أدوارها الإجتماعية الأخرى داخل الأسرة، وخارج المنزل كما حملت المسلسلات قيم سلبية عن المرأة مثل إعطاء صورة عنها تحب التباهي والمظاهر، والنظرة المادية للحياة، وربط الزواج بالمصالح الشخصية والمادية. أما بالنسبة للبرامج التلفزيونية التي تعرض في التلفزيون، أصبحنا نرى تراجع للقيم وتمزيق للحياء، فتعرت الأعمال الفنية من ضوابط الأخلاق والمجتمع، تحت إسم "تلفزيون الواقع" ظهرت مجموعة برامج تجتمع كلها على هدف واحد هو تسويق العلاقات المفتوحة بين الجنسين ونشر الإباحة والتحرر.

وقد بالغت البرامج التلفزيونية التي استهدفت المرأة من حصر اهتمامها في الطهي، والحياكة والموضة وتربية الأطفال وعروض الأزياء، والماكياج وتسريحات الشعر، وأصبحنا نرى محطات عربية مخصصة للمرأة تحت شعار قناة المرأة العربية والتي تقوم على تقديم الوعي الزائف للمرأة العربية، ولا تقدم لها ما يساعدها في تطوير وضعها بل تحصرها في الإهتمام الجمالي والأنثوي.[2]

دراسات تناولت المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائيات العربية :

يتلخص جوهر دراسة"الصفار عبد الله حسين "(2012):حول إتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة التي تعرض على القنوات التلفزيونية الفضائيات العربية التي تتم مشاهدتها في الكويت، يحاول الباحث التعرف إلى الإشباعات التي تحققها هذه المسلسلات

---

[1] مريم باقو صادق السنيمي، صورة المرأة الكويتية في الإعلام الكويتي من جهة نظر الإعلاميات، ماجستير كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013

[2] محمد علي اليدوي، مرجع سابق، ص 131.

لمشاهديها من الشباب وكذلك التعرف إلى القنوات الأكثر تفضيلا في مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة وذلك ما قد يسهم في التعرف على مدى الغزو الثقافي لهذه الأعمال الدرامية للمجتمعات العربية . و قد هدفت الدراسة إلى:

- التعرف إلى اتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتيين نحو الدراما التلفزيونية.
- التعرف إلى الاشباعات والحاجات المختلفة التي تحققها مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة.
- التعرف إلى دوافع الشباب في مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة.
- التعرف إلى اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدراما التلفزيونية التي تعرضها الشاشات العربية تبعا للعوامل الديمغرافية (الجنس، مستوى دخل الأسرة، نوع الجامعة (حكومية، خاصة).

وقد تتبع الباحث منهجية الإجابة على إشكاليته، وتأكيد أونفي الفرضيات التي صاغها من خلال إتباعه لخطوات المنهج الوصفي المسحي بهدف مسح الأدبيات الخاصة بموضوع الدراسة، هذا من جهة ومن جهة أخرى معرفة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الدراما التلفزيونية التي تعرضها الشاشات العربية تبعا للعوامل الديمغرافية (الجنس، مستوى دخل الأسرة، نوع الجامعة (حكومية، خاصة).و للإجابة على الإشكالية اختار الباحث عينة عشوائية بسيطة تتكون من (600) طالب وطالبة من جامعتي (الكويت) و(الخليج للعلوم والتكنولوجيا) من الإناث والذكور، وقد اختار الباحث قسمي التربية والإعلام لتحقيق العدل والتوازن في العينة.

كما وظف الباحث الإستبيان المكون من قسمين: الأول يجمع بيانات ديموغرافية عينة الدراسة من حيث الجنس والجامعة والكلية والقسم ومن حيث مستويات دخل الأسر للمبحوثين، أما القسم الثاني يهدف إلى جمع المعلومات المطلوبة من أسئلة الدراسة .

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- أن الإناث لديهن مستويات مشاهدة للمسلسلات المدبلجة أكثر من الذكور في دولة الكويت.

2- بينت النتائج تقدما للإناث على الذكور في أغلب متوسطات الإشباعات المتحققة من مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة: مثل:إشباع المعرفة، والمتعة والإثارة والإشباعات الإجتماعية والوجدانية والجمالية والترفيهية فيما ظهر ميل الشباب أكثر لتحقيق إشباع "الهروب من الواقع إلى آخر".

3- أظهرت النتائج إتجاهات أكثر إيجابية للإناث أكثر من الذكور نحو المسلسلات الأجنبية المدبلجة.

4- ويرى (10%) تقريبا من أفراد من العينة أن المسلسلات الأجنبية المدبلجة "كلها سلبية " مقابل 5,5% يراها كلها إيجابية.

5- أظهرت النتائج وجود فروقات في مستويات مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة، أكثر لصالح طلبة الجامعة أكثر من طلبة الجامعة الحكومية.

6- وأظهرت النتائج بالنسبة لدوافع المشاهدة فروقات لصالح الإناث، أكثر من الذكور نحو مشاهدة المسلسلات الإجتماعية المدبلجة وظهرت الفروقات أيضا في الدوافع لصالح فئات الدخل الأقل.

7- أما في متغير إتجاهات المشاهدة نحو المسلسلات الأجنبية فقد جاءت الفروقات لصالح فئات الدخل العلى، أي أن هذه الفئات أكثر إيجابية نحو مشاهدة تلك المسلسلات وهذا ما ظهر أيضا لصالح الجامعات الخاصة.

8- بينت النتائج أن للقنوات الفضائية الأكثر تفضيلا للأعمال الدرامية الأجنبية أن قنوات (MBC) حققت مواقع متقدمة هي الأولى والثانية والخامسة فيما حققت (AbouDabi) المركز الثالث و (AlRay) الكويتية الخاصة المركز الرابع[1].

كما بينت دراسة "عبير ارشيد الخالدي"حول اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية: دراسة ميدانية، 2013 : فهي دراسة ميدانية للاتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية، حيث عمدت الباحثة في هذه الدراسة الوقوف على تحليل ظاهرة المسلسلات التركية المدبلجة إلى اللغة العربية التي أفرزت نتائج اجتماعية وانعكاسات معينة، كان لابد من الوقوف عندها لدراستها علميا .هدفت هذه الدراسة إلى معرفة "اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية".

وقد صاغت الباحثة إشكالية دراستها على النحو التالي: كيف تنظر المرأة الكويتية لهذا النمط من الدراما؟ وما اتجاهاتها نحو المضامين الاجتماعي والثقافي الذي تحملها هذه المسلسلات؟.

و تتمثل أهداف هذه الدراسةفيما يلي:

1- التعرف على موقف المرأة الكويتية من المضامين الاجتماعية والإنسانية المختلفة التي تطرحها المسلسلات التركية المدبلجة.

2- الوقوف على القيم والمفاهيم التي تبثها المسلسلات المدبلجة من وجهة نظر المرأة الكويتية.

3- مدى تفاعل المرأة الكويتية واندماجها بهذا النوع من الدراما ودوافع المشاهد.

4- تبيان كيفية تعرض المرأة الكويتية للمسلسلات الأجنبية المدبلجة.

5- سبل الوقاية مما تبثه المسلسلات المدبلجة من أفكار بالضد من قيم المجتمع من وجهة نظرا المرأة الإجتماعية.

---

[1] عبد الله حسين الصفار، إتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية(دراسة ميدانية)، رسالة ماجيستر في الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2012 .

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي و هو المنهج الذي يقوم على وصف الأحداث من خلال جمعها باستخدام عدة أدوات ، كالاستبيان و المقابلة لأجل التعرف على إتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية.

تكوّن مجتمع الدراسة من النساء الكويتيات في مجتمع دولة الكويت ولصعوبة الوصول إلى مجتمع الدراسة بأسره، قامت الباحثة بأخذ عينة عشوائية مكوّنة من النساء الكويتيات تحديدا، إذ تم توزيع 250 استبانة إلاّ أنّ هناك (35) إستبانة لم يتم إستعادتها من قبل الباحثة، كما وتم إستبعاد (15) استبانة لعدم ملائمتها لإجراءات التحليل الإحصائي بسبب عدم إكمال تعبئتها من قبل عينة الدراسة، وبذلك تكون عدد الإستبيانات القابلة للإجراء عملية التحليل افحصائي 200 إستبانة وكانت أبرز النتائج بأنه:

1- نشر قيم غربية في مجتمعاتنا وإثراء الثقافة من المضامين الإجتماعية والإنسانية المتناقضة التي تطرحها هذه المسلسلات المدبلجة.

2- بالمجمل المرأة الكويتية تقضي من ساعة إلى ساعتين لمشاهدة المسلسلات المدبلجة بالقنوات العربية.

3-عدم وجود فروق دالة إحصائية لإتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية.[1].

هدفت دراسة "نعيم فيصل المصري"، أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني: دراسة ميدانية، دراسة تحاول الكشف عن أثر المسلسلات المدبلجة المعروضة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني، ومعرفة مدى وعيهم بخطورة المسلسلات المدبلجة المدبلجة المعروضة في القنوات الفضائية العربية على القيم،

[1] عبير ارشيد الخالدي، إتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية: دراسة ميدانية، ماجستير في الإعلام،كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.

وإدراك مدى قدرتهم على التميز بين السلوكيات الإيجابية والسلبية التي تقدم وتعرض في القنوات الفضائية العربية.

وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية واستخدمت منهج المسح والإستبيان الإلكتروني كأداه لجمع البيانات على عينة من طلبة الجامعات والكليات الفلسطينية وتم سحب عينة عشوائية طبقية من الطلبة الجامعات والكليات الفلسطينية بلغت 132 مفردة. ومن أهم نتائج الدراسة: إن مشاهدة المسلسلات المدبلجة لها تأثير سلبي على العديد من القيم المختلفة، وخاصة القيم الدينية والروحية مثل: الحياء، التقوى، الإلتزام الديني، طاعة الوالدين وصلة الرحم، الأمانة، الوفاء بالعهد، الصدق والأمانة والعطف، الإحسان.

كما أنها تقدمت سلوكيات سلبية تنعكس على المشاهدين (كتضييع الوقت، الإعجاب بالنجوم، إهمال الفروض الدينية، المبالغة في حب المال، التدخين، الخيانة، عدم الإهتمام بالدراسة، العنف، الإسراف والتبذير والكذب، وإن العلاقات العاطفية من أبرز الموضوعات التي تتناولها المسلسلات المدبلجة وحرص المبحوثين على متابعة مشاهد العنف والإنتقام بما يؤثر سلبا على التعامل مع الآخرين والمجتمع بشكل عام، وإن أكثر القنوات الفضائية التي تقدم المسلسلات المدبلجة جاءت على التوالي إحتلت المركز الأولى في المشاهدة mbc 4، mbc2،بانوراما دراما، mbc دراما، mbc1، أبوظبي دراما،...).وكشفت الدراسة أن نسبة المبحوثين المشاهدين للمسلسلات المدبلجة على القنوات الفضائية العربية قد بلغت 78% ،كما بلغت نسبة من لا شاهدونها 22 % ومشاهدة المسلسلات المدبلجة جاءت في وسط إهتمام المبحوثين، أوضحت الدراسة أن أسباب عدم مشاهدة المسلسلات المدبلجة ترجع إلى عرضها سلوكيات وقيما ومفاهيم تتنافى مع القيم الإسلامية العربية، بنسبة 37 % وبأن أهدافها خيالية لا تتفق مع الواقع بنسبة 32 % ، أوضحت الدراسة

أن نسبة المشاهدين للقنوات الفضائية بصورة دائمة قد بلغت 59 % كما بلغت نسبة من يشاهدون أحيانا 40 % ونادرا 1%[1].

دراسة "عبد المجيد ذياب"، "وسام فاضل راضي" حولالتعرض للمسلسلات التركية المدبلجة ورأي الجمهور بالمحتوى القيمي فيها و التي تناولت ظاهرة المسلسلات الأجنبية المدبلجة إلى اللغة العربية والتي أثارت إهتمام وحفيظة المراقبين والنقاد والمهتمين بالثقافة والهوية الوطنية وكانت أغلب الأصوات تنطلق حينها من قلق الظهور لبعض العلاقات الجنسية والسلوكيات العاطفية غير المنظبطة خارج إطار الزواج ،وما ينجم عنها من ظاهرة الأبناء غير الشرعيين، كما وأنها بحكم إتاحة التعرض غير المقيد للفضائيات التي تعرض المسلسلات التركية المدبلجة جعلت من الظاهرة أكثر إنتشارا إلى الحجم الواسع للجمهور المتعرض لها، فضلا عن الإستهواء وإمكانية المحاكات ونماذج الإقتداء التي يمكن المسلسلات تلك أن توجدها وهو الأمر الذي قد يقود إلى حالة من التَّأَثُّر والتأثير بين أوساط الجمهور ولاسيما المراهقين منهم.

وإزاء ما تقدّم فإن مشكلة هذا البحث تتجسد في وجود ظاهرة إعلامية وثقافية ضاغطة تعرض عبر الفضائيات، تتجسد في المسلسلات التركية مقابل إقبال جماهير واستعداد من قبل الجمهور العربي، ومنه العراقي ولاسيما المراهقين ويمثل هذا المنطق الأساسي للبحث الذي يتصدى للإستفهام والغموض والتساؤل بشأن احتمالات ما يرشح وينعكس من المسلسلات تلك ويتم تبنيه من الجمهور. وقد استهدفت الدراسة:

1- الوقوف على حدود وأنماط ومعدلات تعرض طلبة المدارس من مدينة بغداد للمسلسلات التركية المدبلجة المعروضة في القنوات الفضائية .

[1] نعيم فيصل المصري، أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني: دراسة ميدانية، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، ، يوليو 2013 ، ص 363.

2- تحديد دوافع مشاهدة المراهقين للمسلسلات التركية، ومظاهر التميز والجذب في المسلسلات تلك من جهة نظر المراهقين.

3- تشخيص إتجاهات الرأي بين المراهقين بشأن المضامين السلبية والإيجابية، التي تضمنتها المسلسلات التركية حسب رأي المراهقين.

4- الوقوف على حدود الإعجاب والتباهي بالشخصيات المحورية من النجوم الذكور والإيناث، بين أوساط المراهقين. كما اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي المسحي في سياق ما يرتبط بمسح جمهور وسائل الإعلام.

و أُجريت الدراسة على عينة من المدارس بشكل عمدي ومقصود وبواقع مدرستين في كل من الأحياء الفقيرة والغنية .كما تم إختيار عمدي للطلاب تمثل في 400 طالب وطالبة تم إختيارهم بطريقة العينة المحصصية من المراحل الدراسية الثلاث بواقع 200 طالب و200 طالبة، تنحصر أعمارهم مابين 14 إلى 18 عاما.

و قد أوضحت نتائج الدراسةأن:

1- الرغبة العالية بين أوساط المراهقين للتعرض للمسلسلات الدرامية بشكل عام قياسا بالأنماط الأخرى من البرامج، مع التأكيد على أن معدلات الإهتمام والرغبة إرتفعت كثيرا من المسلسلات التركية مقابل إهتمام أدنى بالمسلسلات المصرية ومن تم السورية وبعدها العراقية.

2- التأكيد على أن التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة كان يتسم بالإنتظام والشدة العالية، بين أوساط المراهقين حيث تميل الإناث على حساب الذكور بدوافع متعددة منها (لأنها تجسد قصصا واقعية).

3-الإنبهار العالي بين أوساط المراهقين بالنماذج التي قدمتها المسلسلات التركية على مستوى وسامة وجاذبية الممثلين، جمالية المواقع السياحية[1].

ترتكز دراسة "راضية حميدة"، المسلسلات المدبلجة وتأثيرها على قيم وسلوك الجمهور الجزائري، في مدى وكيفية تفاعل الجمهور الجزائري مع القيم التي تتضمنها المسلسلات المدبلجة من خلال طرحها لمجموعة من التساؤلات أهمها:

1- هل يشاهد الجمهور الجزائري المسلسلات المدبلجة ؟

2- ما هي الدوافع التي تجعل الجمهور الجزائري يتعرض ويواظب عليها ؟

3- ما هي درجة تفاعل الجمهور مع مضمون المسلسلات المدبلجة ؟

4- ما هي أهم القيم التي تحملها المسلسلات المدبلجة ؟

5- هل تؤثر القيم والمتضمنة في المسلسلات المدبلجة على سلوك الجمهور لآرائه ونمط حياته ؟

قسمت الباحثة الدراسة إلى قسمين أولهما نظري وآخر تطبيقي فإن المناهج المتبعة في البحث تختلف باختلاف أقسامها بحيث اعتمد الباحث في القسم النظري على أسلوب الإستدلال وذلك بالإسناد إلى نظريات مثل: نظرية الغرس الثقافي للبرهنة على التأثيرات المختلفة التابعة من ضخ البرامج الأجنبية في المجتمعات العربية واستنادا إلى مسلمات وقضايا أولية، كضخامة كمية المضامين الغربية التي تمر في وسائل الإعلام العربية والسلوكات التي لاحظناها على قيم شبابنا من لباس، طريقة الكلام، أسلوب التفكير وإتجاهاته إزاء بعض القضايا.أما القسم الثاني "الميداني" فقد إستخدم الباحث المنهج المسيحي للتعرف على إتجاهات الجمهور الجزائري في تقييمه وإدراكه للمضامين،

[1] عبد المجيد ذياب، وسام فاضل راضي، التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة ورأي الجمهور بالمحتوى القيمي فيها: دراسة ميدانية على عينة من المراهقين من طلبة المدارس الإعدادية في مدينة بغداد، مجلة الباحث إعلامي (جامعة بغداد)، العدد 8، 2010، ص11.

الصور والقيم التي تتضمنها هذه المسلسلات. حيث وظفت الباحثة على مجموعة من الأدوات: الملاحظة، الإستمارة (الإستبيان)، المقابلة.

و طبقت الدراسة على عينة قوامها 160مبحوث يقطنون في ولاية: البليدة، العاصمة، الجلفة، إرتئينا توزيع الإستمارة في مناطق مختلفة من الوطن حتى تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي، فإن عينة هذه الدراسة عينة العمدية، أما أسلوب إختبار هذه العينة فهو أسلوب العينة غير العشوائية. و قد تبين :

*أن الجمهور الجزائري لا يتعرض لبرامج التلفزيون بشكل يومي بل أحياني بنسة 63% كما أن الإناث أكثر مشاهدة من الذكور

* إن فئة الإناث التي تتراوح 18-29 سنة يواظبن على مشاهدة المسلسلات كبرامج مفضلة لديهن عكس الذكور66%. وإن عينة الدراسة (ذكور وإناث) يفضلن المسلسلات المدبلجة على باقي البرامج الدرامية الأخرى ب 54%.مما يقودنا إلى القول إن مشاهدي المسلسلات أغلبهم من فئة الشباب العازب إلى جانب أنهم ينتمون إلى الفئة العمرية 18-29 سنة.

* إن جمهور المسلسلات المدبلجة ينتمي إلى طبقة المتعلمين العاملين ذوي المستوى التعليمي الجامعي ثم الثانوي، أما في ما يخص وضعيتهم المادية فهي متوسطة بنسبة 81%.

* إن افراد جمهور المسلسلات المدبلجة ينابع حلقات على إنفراد ويناقشون حول أبطال المسلسل أكثر من مواضيع أخرى.

* يرى الجمهور الجزائري أن الصورة التي تعكسها المسلسلات لا تقرب من الواقع اليومي[1].

دراسة" أميمة منير جادو"حول المضمون التربوي في الدراما المدبلجة (المسلسلات التركية والسورية) ،ترتكز مشكلة الدراسة على إنتشار دراما المسلسلات المدبلجة في الآونة الأخيرة عبر

[1] راضية حميدة، المسلسلات المدبلجة وتأثيرها على قيم وسلوك الجمهور الجزائري، ماجستير في علوم الإعلام والإتصال، فرع وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر: 2005-2006.

القنوات الفضائية التلفزيونية، والتي فرضت نفسها علي قنواتنا الفضائية العربية وعلى مواقع الأنترنت، مما دعاها إلى متابعة بعض النماذج الدرامية متابعة بحثية عبر أوقات البث المختلفة، وتكراراتها بهدف رصد أهم المضامين التربوية والعادات والسلوكيات الإجتماعية.

إستخدمت الباحثة تحليل مضمون تحليل عينة عمدية من الدراما التركية والكورية المدبلجة المعروضة على القمر الصناعي (النيل سات Nilesat) في قنوات فضائية مختلفة مثل (mbc 4، mbc 1، الحياة مسلسلات، بانوراما دراما، دبيone،حنيبعل، حنبعل الشرق، الكويت2، otv، النيل دراما). كما قامت الباحثة بتصفح بعض المواقع الإلكترونية حول موضوع البحث.

حيث توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها فمن خلال رصد أراء الموضوعية التي تابعت الظاهرة و هذا حسب الباحثة يتضح أن هناك العديد من الاسباب التي لعبت دورا هاما في استقطاب هذا الكم الهائل من المشاهدين منها العادات و الطقوس القريبة من البيئة العربية ، الدبلجة السورية ،الرومانسية في المسلسلات ،المواضيع الاجتماعية[1]

[1] أميمة منير جادو، المضمون التربوي في الدراما المدبلجة (المسلسلات التركية والسورية) نموذجا دراسة في تحليل مضمون المادة وجمهور الأنترنت، باحث بالمركز القومي للبحوث التربوية والتنمية.

الفصل الثالث: نتائج الدراسة التحليلية

أولا:مجتمع البحث و عينة الدراسة التحليلية

ثانيا: تحديد فئات و وحدات التحليل

ثالثا: أدوات جمع البيانات و المعلومات

رابعا: نتائج الدراسة التحليلية

1-عناوين المسلسلات المد بلجة و البلد المنتج لها و سنة الإنتاج

2-حجم المسلسلان عينة الدراسة مقارنة بالمسلسلات الأخرى

3-نوع القضايا التي يعالجها المسلسل ضمن عينة الدراسة

4-توزيع المسلسلات عينة الدراسة حسب فترة البث و إعادة البث

5-توزيع الشخصيات حسب النوع و الدور

6-صورة المرأة حسب:

أ-الحالة الاجتماعية للشخصيات الدرامية في العينة حسب نوع المسلسل

ب-الدور الاجتماعي للشخصيات في عينة الدراسة

ج-الطبقة الاجتماعية للشخصيات حسب نوع المسلسل

د-أنماط التواصل الاجتماعي

أولا: مجتمع البحث و عينة الدراسة التحليلية :

1. مجتمع الدراسة التحليلية:

يعتبر تحديد مجتمع البحث من الخطوات المنهجية الأساسية التي تتبع في جميع البحوث، وخاصة منها تلك التي تتميز بكبر حجم مجتمع الدراسة، ويتمثل مجتمع الدراسة التحليلية التي نستخدمها في تحليل مضمون عينة من المسلسلات المد بلجة،في القنوات الفضائية العربية الأربع لمجموعة mbc، mbc4،mbc1، دراما mbc، mbcبوليود وقد راعينا في اختيارنا لهذه القنوات العناصر التالية:

- عنصر الريادة: لأنها أوّل مجموعة قنوات فضائية انطلقت في الوطن العربي.
- عنصر الكثرة: فهي تبث أكثر من مسلسلين مدبلجين في اليوم مع الإعادة.
- عنصر الحداثة : لها الأسبقية في تقديم أحدث المسلسلات المد بلجة على المستوى العربي.
- عنصر التنوع: في المسلسلات المد بلجة بين التركي والهندي والكوري.

قد أكدت بعض الدراسات اهتمام بعض الشرائح الاجتماعية لهذا النوع من المسلسلات ،كما أن هذه القنوات تقدم للمشاهد أنماط متنوعة من الدراما الأجنبية المدبلجة، يلتمس فيها المشاهد كل الأذواق. وهو ما يسعى هذا البحث الكشف عنه في هذه الدارسة.

2. عينة الدراسة التحليلية :

يعتبر اختيار العينة من الخطوات المنهجية الهامة في أي بحث علمي، وكلما أحسن اختيارها أمكن الوصول إلى نتائج دقيقة، والباحث لا يمكن أن يدرس كل المجتمع الذي تناولته الدراسة وخاصة إذا كان المجتمع كبير كما هو الحال في مجتمع بحث هذه لدراسة ،وبناء على ذلك فقد راعينا أن تكون هذه المصادر الثلاثة هي الوحدات التي تشكل كل واحدة منها طبقة.

راعينا في اختيارنا لتلك المسلسلات عدد من المتغيرات الجغرافية، الثقافية، الاجتماعية، والدينية.

- المرأة التركية ممثلة لصورة المرأة الأجنبية لمنطقة وسط آسيا حتى أوروبا الشرقية.
- المرأة الكورية ممثلة لصورة المرأة الأجنبية لمنطقةشرق آسيا .
- المرأة هندية ممثلة لصورة المرأة الأجنبية لمنطقةجنوب آسيا.

لقد تم اللّجوء إلى اختيار عينة من المسلسلات المد بلجة (التركية والهندية والكورية) تمثل فيها المرأة الأجنبية، و قد امتدت العينة من بداية شهر جانفي إلى غاية نهاية شهر مارس2015، فقد رأت الباحثة أن تقتصر على اختيار مسلسل واحد من كل طبقة من الطبقات الثلاثة، عدا المسلسلات التركية تمّ اختيار ثلاثة مسلسلات لطغيانها على البرمجة، ثم تسجيل حلقة واحدة في الأسبوع من كل مسلسل بالاعتماد على العينة العشوائية الطبقية لما تتمتع به من مميزات، و بذلك يكون مجموع المسلسلات التي تتكون منها عينة الدراسة 05 مسلسلات: 03 تركية، 01 كورية، 01 هندية.

3. تحديد فئات و وحدات التحليل

للتعرف على نماذج الصور المقدمة للمرأة الأجنبية في الفضائيات العربية، اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون لجمع البيانات الكمية، والنوعية لغرض الإجابة على أكبر قدر من التساؤلات.

قدم "برلسون"(Berelson,1948) أول تعريف لتحليل المضمون ، فقد عرفه على أنه "تقنية بحث للوصف الموضوعي، المنظم و الكمي، لمضمون واضح للرسائل هدفه التفسير"[1].

[1]Alain Laramie et Bernard Vallée ،la recherche en communication élément de méthodologie, presse de l’université du Québec, 2001, p240.

ذهب "كلوز بندروف" في كتابه (تحليل المضمون مقدمة منهجية) إلى أن "تحليل المضمون هو أحد الأساليب البحثية، التي تستخدم في تحليل المادة الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة."[1] .

يعرفه بيرنارد بيرلسون (Bernard berlson):"على أنه أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف الى الوصف الموضوعي المنظم و الكمي، للمحتوى الظاهر لمضمون الظاهرة المدروسة ."

لازويل (laswile) يرى "أن تحليل المضمون يستهدف الوصف الدقيق و الموضوعي، لما يقال عن موضوع معين في وقت معين"[2].

و يعرف تحليل المضمون "بأنه أسلوب في البحث لوصف المحتوى الظاهر للإيصال وصفا موضوعيا و كميا، والباحث في هذا الميدان يهتم بالوصف الكمي و النوعي للمواد المدروسة " [3].

1. **وحدات تحليل المضمون**: تعتبر عملية تحديد وحدات التحليل إحدى أهم خطوات في تحليل المضمون، والتي يتم على أساسها جرد المواد المدروسة وحساب ترددها خلال فترة الدراسة، وفي هذه الدراسة أستخدم المسلسل كوحدة طبيعية للتحليل.
2. **تحديد فئات التحليل**: استوجب إجراء التحليل الذي يحقق أهداف الدراسة باستخدام عدد من فئات التحليل الأساسية، للتعرف على صورة المرأة الأجنبية والأدوار التي تضطلع إليها في عينة الدراسة. إن الفئات هي التصنيفات التي يضعها الباحث استنادا إلى طبيعة الموضوع، ومشكلة البحث كوسيلة يعتمد عليها في حساب تكرارات المعاني، وكلما كانت

[1] بسام عبد الرحمن مشاقبة ، مناهج البحث الاعلامي و تحليل الخطاب، دار أسامة للنشر و التوزيع (عمان)،ط1 ،2010، ص22.

[2] عصام حسن أحمد الدليمي ، علي عبد الرحيم صالحي ، البحث العلمي أسسه و مناهجه، دار الرضوان للنشر و التوزيع (عمان)، ط 1 ،2014، ص161.

[3] فاطمة عوض صابر ، مرفت على خفاجة ،أسس و مبادئ البحث العلمي ، مكتبة الإشعاع (مصر)،ط1، 2002، ص152.

الفئات محددة بصورة واضحة كلما كانت نتائج البحث أيضا واضحة ومحددة، وقد تم في هذه الدراسة الإعتماد على الفئات التالية:

أوّلا: فئات الموضوع (ماذا قيل؟):

①**فئة المضمون:** تهدف هذه الفئة إلى التعرف على الموضوعات والقضايا التي تتناولها المسلسلات المدبلجة عينة الدراسة، وتنقسم إلى ما يلي: اجتماعية، سياسية، استعراضية، كوميديا، رومانسي.

②**فئة السّمات:** تهدف هذه الفئة إلى التعرّف على خصائص وسمات المرأة في المسلسلات المدبلجة عينة الدراسة و تنقسم إلى:

فئة الحالة الاجتماعية :متزوجة، عزباء، مطلقة، أرملة، أخرى.

فئة الأدوار الاجتماعية: أم، أخت، زوجة، إبنة، عمة، خالة، صديقة، أخرى.

فئة الطبقة الإجتماعية: غنية، المتوسطة، الفقيرة.

فئة حضور المرأة حسب الإنتماء الجغرافي: الريف، المدينة ،أخرى.

فئةنمط التواصل الإجتماعي:

*علاقة المرأة بالمرأة:أسرية، عدائية، تنافسية، صداقة، أخرى.

*علاقة المرأة بالرجل: خضوع، تكافئية، سيطرة، تابعة له، أخرى.

*علاقة المرأة بالأبناء: إيجابية، سلبية، أخرى.

*علاقة المرأة بالمحيط.

③**فئة الشخصيات**: ويقصد بها الأدوار التي تؤدّيها الشخصيات حسب الدّور والنوع.

حسب الدّور: رئيسية، ثانوية.

حسب النوع: ذكر، أنثى.

ثانيا: فئات الشكل (كيف قيل؟):

فئة شكل المادّة الإعلامية: تهدف هذه الفئة إلى الكشف عن شكل المادة الإعلامية.

①فئة عناوين المسلسلات والبلد المنتج، الحجم، عدد الحلقات، سنة الإنتاج.

②فئة حجم المسلسل المدبلج مقارنة بالمسلسلات الأخرى.

③فئة توزيع المسلسلات عينة الدراسة حسب فترة البث والإعادة.

4. التعريف بقناة mbc (مركز تلفزيون الشرق الأوسط):

النشأة:

الاسم مركز تلفزيون الشرق الأوسط (mbc) هي شركة تلفازية عربية سعودية يمتلكها السعودي (وليد ابراهيم).بدأ بث برامجه في 18 سبتمبر 1991 على مدى ست ساعات، حيث يعتبر أوّل مشروع تلفزيوني عربي خاص ينطلق عبر الأقمار الصناعية من لندن إلى أنحاء العالم العربي، اتخذ من العاصمة البريطانية مقرّا له لما تتمتع به من سمعة دولية في مجال الإعلام والاتصال، فقَرر نقل مقرها الرئيسي إلى مدينة "دبي" للإعلام في عام 2002 لتصبح أكثر قربا من المشاهدين في العالم العربي،في ظل تقدم صناعة الاتصال في الشرق الأوسط بالإضافة إلى ما تمتاز به مدينة "دبي" للإعلام من بنية تحتية حديثة وتقنيات إنتاجية متطورة وموقع إقليمي وعالمي متميز[1].

[1] هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية (القاهرة)، ط1، 2008، ص 233-234.

أهداف نشأتها:

يهدف المركز إلى إيصال برامجه لأكثر من مئة مليون عربي، في شمال إفريقيا والشرق الأوسط وكذلك لخمسة ملايين يعيشون في البلدان الأوروبية، وتكمن قوة المركز في حرصه على المستوى والنوعية في البرامج وفي القدرة على تقديم الجديد إلى المشاهدين العرب.[1]

التبعية السياسية والإدارية:

تعتبر قناة تلفزيون الشرق الأوسط، قناة تلفزيونية عربية فضائية مملوكة للقطاع الخاص، أُنشأت القناة بتمويل سعودي من قبل مجموعة "آرا" الدولية وصاحبها الشيخ وليد ابراهيم الإبراهيم والشيخ صالح كامل، بدأ بث القناة من لندن تمول المحطة بصفة أساسية من خلال الدعم الإعلاني، باعتبار أن محطة mbc تتيح للمنتج العربي الوصول إلى المستهلك بكثافة ،وتشير سجلّات المحطة إلى أنّ المساحة الإعلانية في برامج محطة mbc تمثل إحدى عشر دقيقة من كل ساعة إرسال، تتولى مؤسسة "آرا" لوسائل الإعلان AMS ومركزها في جدّة مهمة التسويق الإعلاني لمركز mbc.

الخدمة البرامجية:

يمتد إرسالmbc على مدار الساعة، تقدم مجموعة متنوعة من البرامج يأتي في مقدمتها، النشرات الإخبارية، يتميز قسم الأخبار بوجود عدد كبير من المراسلين والمندوبين بالإضافة إلى المكاتب التي تغطى أنشطتها غالبية العواصم العربية، لتقدم الخبر بأقصى سرعة وإلحاقه بالتحليل، كما تتميز البرامج المقدمة عبر القناة بجودة الإعداد، حداثة الموضوع لتحقيق لتحقيق رغبات المشاهدين[2].

[1]عبد الرزاق محمد دليمي، مرجع سابق ،ص 130.

[2]هبة شاهين، نفس المرجع السابق، ص 236.

قنوات mbc:

①قناة mbc1: بدأ مركز منارة (تلفزيون) الشرق الأوسط منذ بداية التسعينات بث mbc(تعرف الآن باسمها الجديد mbc1)، كأوّل محطة تلفزيونية فضائية مفتوحة يمتلكها القطاع الخاص، تبث على مدار الساعة. وكانت تقدّم برامج ترفيهية وإخبارية. أصبح لها مشاهدون كثيرون في جميع أنحاء الوطن العربي. فعرض مؤسس قناة "الأمل" أن يشتري mbc من المملكة المتحدة عام 2007 ونجح في تطويرها، وتتميز بعرضها للأشهر أعمال الدراما العربية والتركية، وتنفرد بعرض برامج اكتشاف المواهب الغنائية الأجنبية بصورة عربية ArabIdol.

②قناة mbc4: في عام 2005، أطلقت قناة جديدة وهي mbc4 مخصصة للبرامج والمسلسلات الأجنبية عموما والأمريكية خصوصا، من خلال ترجمة عربية مرافقة للبرامج والمسلسلات والبرامج المتنوعة: الحوارية، الدراما [1].

تعرض القناة أشهر البرامج الترفيهية مثل:Oprah، Dr.phil. والمسلسلات الكوميدية، بالإضافة إلى أشهر البرامج الإخبارية العصرية والمسابقات المشهورة مثل:joratdy، كما تعرض المسلسلات التركية والكورية المدبلجة إلى العربية [2].

③قناة mbcدراما: هي قناة تلفزيونية بدأت بثّها في 27 نوفمبر 2010 وهي تبُث العديد من المسلسلات الدرامية العربية والخليجية مجانية، وتعرض عدداً من المسلسلات التركية المدبلجة إلى العربية وهي تابعة لمركز الشرق الأوسط.

④قناة mbcبوليود(Bollywwod):في27 أكتوبر 2013 أطلقت مجموعة mbcبوليود وهي قناة متخصصة بعرض الأفلام والمسلسلات الهندية.

[1] هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية (القاهرة)، ط1، 2008، ص 242.

[2] http://www.mbc.net/ar/mbc4.

عينة المسلسلات المدبلجة:

عنوان المسلسل	عدد الحلقات	عينة الدراسة التحليلية
نساء حائرات 4	55	4
أنت قلبي	54	4
أنت جميلة	25	2
من النظرة الثانية	193	15
ياسمين	155	12

5. حدود الدراسة:

تقتصر الدراسة الحالية على:

1- المسلسلات الأجنبية المدبلجة التي تعرضها الفضائيات العربية عبر مجموعة mbc (mbc1، mbc4، دراماmbc ،بوليود mbc).

2- تم الإعداد لهذا البحث وإنجازه في الفترة الممتدة ما بين 2015/01/01 حتى 2015/03/30.

6. **خصائص العينة:**

الجدول رقم (1):يبين عناوين المسلسلات المدبلجة والبلد المنتج لها ومتوسط زمن كل مسلسل

عنوان المسلسل	**القناة**	**البلد المنتج**	**عدد الحلقات**	**سنة الإنتاج**	**تاريخ العرض**
نساء حائرات 4	mbc 1	تركيا	55	-	2015
أنت قلبي	mbc دراما	تركيا	55	2011	2015
ياسمين	mbc دراما	تركيا	155	2013	2015
أنت جميلة	4 mbc	كوريا	25	2009	2015
من النضرة الثانية	mbcبوليود	الهند	193	2012	2015

الجدول رقم (2): يبين نوع القضايا التي يعالجها المسلسلات ضمن عينة الدراسة

إسم القناة / نوع المسلسل	mbc 1	mbc4	mbc دراما	mbcبوليود
إجتماعي			أنت قلبي	
سياسي			ياسمين	
كوميدي	نساء حائرات 4			
رومانسي		أنت جميلة		
إستعراضي إجتماعي				من النظرة الثانية

الجدول رقم (3): يبين توزيع المسلسلات المدبلجة حسب فترة البث و الإعادة

البث / إسم المسلسل	فترة البث			إعادة البث			
	صباح	**ظهيرة**	**مساء**	**في نفس اليوم**	**في اليوم الثاني**	**لا يعاد**	**يعاد في آخر الأسبوع**
نساء حائرات 4		★			★		
أنت قلبي			★		★		
ياسمين			★		★		
أنت جميلة		★					★
من النضرة الثانية			★		★		

الجدول رقم (4): يبين توزيع الأدوار حسب النوع والدور

النوع والدور / إسم المسلسل	عدد الإيناث		عدد الذكور		المجموع
	رئيسي	ثانوي	رئيسي	ثانوي	
نساء حائرات 4	05	06	05	06	22
أنت قلبي	07	04	04	06	21
ياسمين	01	12	02	08	23
أنت جميلة	01	06	01	07	15
من النضرة الثانية	01	07	01	05	14
المجموع	15	35	13	32	95

الجدول رقم (5): يبين عدد الإناث حسب نوع المسلسل

إسم المسلسل	نوعه	عدد الإناث	النسبة المئوية ٪
أنت قلبي	إجتماعي	11	٪ 22
ياسمين	سياسي	13	٪ 26
نساء حائرات 4	كوميدي	11	٪ 22
من النضرة الثانية	إستعراضي إجتماعي	08	٪ 16
أنت جميلة	رومانسي	07	٪ 14
المجموع		50	٪100

الجدول رقم (6): فئة صورة المرأة حسب الحالة الاجتماعية ونوع المسلسل

	إجتماعي		**سياسي**		**كوميدي**		**إستعراضيإجتماعي**		**رومانسي**	
إسم المسلسل	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
الحالة الإجتماعية	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
متزوجة	06	54,54	9	69,23	05	45,45	06	75	01	14,28
غير متزوجة	03	27,27	3	23,08	06	54,54	02	25	05	71,43
مطلقة	01	9,09	1	7,69	–	–	–	–	01	14,28
أرملة	01	9,09	–	–	–	–	–	–	–	–
المجموع	11	99,99	13	100	11	99,99	08	100	07	99,9

نلاحظ من البيانات الجدول رقم (6) والذي يبين الحالة الاجتماعية للشخصيات الدرامية في العينة حسب نوع المسلسل أن:

1-حالة المتزوجة في المسلسل الهندي سجل أعلى نسبة ب(75٪) تليها المسلسلات التركية بنسب متقاربة جاءت أعلى نسبة لمسلسل "ياسمين" ب (69,23٪)، أما أقل نسبة بلغت(14,28٪) للمسلسل الكوري.

2-جاءت حالة غير المتزوجات في المرتبة الثانية حيث سجل المسلسل الكوري أعلى نسبة ب (71,43٪) من إجمالي الفئات النسائية غير المتزوجات، تليها المسلسلات التركية "نساء حائرات" ب(54,54 ٪)كما مثّلت نسبة (25٪)للمسلسل الهندي.

3-أما بالنسبة لحالة المطلقات جاءت أعلى نسبة للمسلسل الرومانسي الكوري ب (14,28٪)وحالة أرملة للمسلسل التركي الإجتماعي "أنت قلبي" ب(9,09 ٪.)

الجدول رقم (7): فئة صورة المرأة حسب الدور الإجتماعي ونوع المسلسل

	إجتماعي		سياسي		كوميدي		إستعراض اجتماعي		رومانسي	
إسم المسلسل	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
الدور الإجتماعي	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أم أو زوجة	06	54,54	05	38,46	07	63,64	02	25	01	14,28
أخت	01	9,09	04	30,77	-	-	01	12,5	-	-
عمة	01	9,09	-	-	-	-	-	-	-	-
خالة	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
حفيدة	01	9,09	01	7,69	01	9,09	-	-	-	-
إبنة	02	18,18	03	23,07	03	27,27	01	12,5	04	57,14
كنة	-	-	-	-	-	-	03	37,5	01	14,28
جدّة	-	-	-	-	-	-	01	12,5	01	14,28
المجموع	11	99,99	13	99,99	11	100	08	100	07	99,98

يعتبر الدور الاجتماعي مؤشر هام عن صورة المرأة من حيث مستواها الاجتماعي، حيث تتحدد الأدوار الاجتماعية من حيث بنائها والتفاعل الاجتماعي والاتجاهات النفسية وسمات شخصية الأفراد.

"فالدور الاجتماعي عبارة عن نمط معين من السلوك يرتبط بمركز معين، وبما يتوقعه أفراد ثقافة ما، من الذي يحتل هذا المركز" [1].

[1] عبد الله الرشدان، علم اجتماع التربية، دار الشرق(عمان)، ط1،2008، ص100.

ويوضح لنا الجدول رقم (7) والذي يبين الدور الاجتماعي للفئات النسائية عينة الدراسة حسب نوع المسلسل:

1-جاء الدور الاجتماعي "أم" بأعلى نسبة للمسلسلات التركية ب(63,64 ٪)لمسلسل "نساء حائرات 4"، يليها المسلسل الهندي ب(25٪)، أما أقل نسبة فجاءت للمسلسل الكوري "أنت جميلة" ب(14,28 ٪)

2-أما بالنسبة لدور المرأة "كأخت" سجلت أعلى نسبة ب(30,77 ٪)للمسلسل التركي "ياسمين" ونسبة (12,5 ٪)للمسلسل الهندي، أما أقل نسبة فجاءت للمسلسل التركي "أنت قلبي" ب(9,09 ٪)

3-بينما جاء دور المرأة "كحفيدة" في المسلسلات التركية بنسب متقاربة (9,09٪) و(7,69٪).

4-جاء دور المرأة "كابنة" بأعلى نسبة في المسلسل الكوري ب(57,16 ٪)تليها المسلسلات التركية ب(27,27٪)في "نساء حائرات4" و(23,07 ٪) ل"ياسمين".

5-كما سجلت أعلى نسبة لدور المرأة ك"كنة" في المسلسل الهندي ب(37,5٪)و(14,28٪)عن دور المرأة "كجدّة" تتقارب النسب بين المسلسل الكوري والهندي ب (14,28٪)و(12,2 ٪).

الجدول رقم (8):فئة صورة المرأة حسب الطبقة الاجتماعية ونوع المسلسل:

نوع المسلسل / نوع الطبقة	اجتماعي		سياسي		كوميدي		استعراضي اجتماعي		رومانسي	
	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
العليا (غنية)	08	72,72	10	76,92	11	100	02	25	02	28,57
المتوسطة	02	18,18	–	–	–	–	06	75	–	–
دنيا (فقيرة)	01	9,09	03	23,08	–	–	–	–	05	71,43
المجموع	11	99,99	13	100	11	100	08	100	07	99,99

"تعرَّف الطبقة الاجتماعية على أنها فئة كبيرة من الناس في مجتمع معين، تتميز بمركز اجتماعي واقتصادي واحد بالنسبة للفئات الأخرى في المجتمع نفسه، فتكون هذه الفئة متشابهة مع بعضها البعض وبين أفرادها في التعليم والحالة الاقتصادية والمراكز الاجتماعية، وفرص العمل والحياة وتصنف الطبقات الاجتماعية إلى: الطبقات العليا، الوسطى، والدنيا"[1].

نلاحظ من خلال الجدول رقم (8) أنّ المسلسل التركي "نساء حائرات 4" سجل أعلى نسبة بانتماء جميع الفئات النسائية إلى الطبقة العليا ويليها في الترتيب مسلسل "ياسمين" بنسبة (76,92٪)تليها المسلسلات الكورية ب(28,57 ٪)والهندية ب(25 ٪).

كما سجلت أعلى نسبة لانتماء المرأة للطبقة المتوسطة في المسلسل الهندي ب(75 ٪)، أما الطبقة الدنيا جاءت أعلى نسبة للمسلسل الكوري ب (71,43٪)

[1] عبد الله الرشدان، نفس المرجع السابق، ص 337

الجدول رقم (9):فئة صورة المرأة حسب الإنتماء الجغرافي:

نوع المسلسل / الإنتماء الجغرافي	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مدينة	07	63,63	09	69,23	11	100	03	37,5	06	85,71
ريف	04	36,36	04	30,77	-	-	05	62,5	01	14,28
المجموع	11	99,99	13	99,99	11	100	08	100	07	99,99

يتبين من خلال القراءة الأوّلية للتحليل الكمي للمعطيات أنّ أعلى نسبة من الفئات النسائية يقطنون في المدينة ممثلة في المسلسل التركيّ "نساء حائرات 4" يليها المسلسل الكوري "أنت جميلة" ب(85,71٪).

بينما تعود أعلى نسبة اللّواتي يسكن في الريف في المسلسل الهندي ب (62,5٪).

الجدول رقم (10): يبين توزيع الفئات النسائية حسب نمط التواصل بين المرأة و المرأة:

نوع المسلسل / نمط التواصل	إجتماعي		سياسي		كوميدي		إستعراضي إجتماعي		رومانسي	
	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
صداقة	-	-	09	69,23	-	-	-	-	06	85,71
عدائية	05	45,45	-	-	-	-	-	-	-	-
تنافسية	04	36,36	-	-	10	90,91	02	25	-	-
أسري	02	18,18	04	30,77	1	9,09	06	75	01	14,29
المجموع	11	99,99	13	99,99	11	100	08	100	07	99,99

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) والذي يبين نمط التواصل بين المرأة والمرأة:

1-جاء نمط تواصل المرأة والمرأة "كصداقة" بأعلى نسبة في المسلسل الكوري ب(85,71٪)يليها المسلسل التركي "ياسمين" ب(69,23 ٪).

2-كما جاء نمط التواصل المرأة والمرأة ب "عدائية" بأعلى نسبة في المسلسل التركي "أنت قلبي" ب(45,45 ٪).

3-بينما سجل نمط التواصل المرأة والمرأة ب(75٪) "تنافسية" أعلى نسبة ب(90,91٪)في المسلسل التركي "نساء حائرات4" أما أقل نسبة فجاءت في المسلسل الهندي ب(25 ٪).

4-أما التواصل المرأة "أسري" فمثله في المسلسل الهندي.

الجدول رقم (11): يبين توزيع الفئات النسائية نمط التواصل بين المرأة والرجل:

نوع المسلسل / نمط التواصل	إجتماعي		سياسي		كوميدي		إستعراضي إجتماعي		رومانسي	
	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
سيطرة (خضوع)	01	9,09	-	-	-	-	-	-	-	
تابعة له	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
علاقة عاطفية	03	27,27	04	30,77	-	-	05	62,5	06	85,71
علاقة زواجية	02	18,18	01	7,69	05	45,45	03	37,5	01	14,28
صراعية	05	45,45	09	69,23	06	54,54	-	-	-	
المجموع	11	99,99	13	100	11	100	08	100	07	100

يبين الجدول أعلاه رقم (11) توزيع الفئات النسائية حسب نمط التواصل بين المرأة والرجل، ويبين أعلى نسبة يحتويها الجدول والمتعلقة بعلاقة "عاطفية" بين المرأة والرجل في المسلسل الكوري

"ياسمين" بنسبة بلغت (85,71٪)، يليها المسلسل التركي ب(69,23٪)بعلاقة "حب" بينما علاقة "سيطرة" و"تابعة له" سجلت خصوصا في المسلسل التركي الاجتماعي "أنت قلبي".

الجدول رقم (12): يبين توزيع الفئات النسائية نمط التواصل بين المرأة و الأبناء:

نوع المسلسل / نمط التواصل	إجتماعي		سياسي		كوميدي		استعراضيي اجتماعي		رومانسي	
	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
سلبي	01	90,91	05	38,46	06	54,54	07	87,5	05	71,43
إيجابي	10	90,91	08	61,54	05	45,45	01	12,5	02	28,57
المجموع	11	99,99	13	99,99	11	99,99	08	100	07	100

الجدول رقم (13): يبين حضور المرأة من حيث المظهر الخارجي.

نوع المسلسل / المظهر الخارجي	إجتماعي		سياسي		كوميدي		إستعراضيي إجتماعي		رومانسي	
	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
محتشم (بسيط)	08	72,72	01	7,69	–	–	–	–	–	–
أنيق	02	18,18	12	92,31	02	18,18	–	–	05	71,43
جذاب	01	9,09	–	–	07	63,64	08	100	02	28,57
فاضح	–	–	–	–	01	9,09	–	–	–	–
مثير	–	–	–	–	01	9,09	–	–	–	–
المجموع	11	99,9	13	100	11	100	08	100	07	100

إن الصورة المسيطرة التي تظهر عليها المرأة من حيث شكل اللباس هو شكل المرأة العصرية بمظهرها الأنيق والجذاب والمثير وبخاصة في المسلسلات التركية، إن هذا الاستغلال الكبير لصورة المرأة

العصرية غيب صورة المرأة بمظهرها المحتشم البسيط الذي يمثل المرأة التقليدية وإن حضرت المرأة التقليدية نجدها في المسلسلات الهندية ولكن بلمسة عصرية.

10-تحليل النتائج:

بعد هذه القراءة التحليلية للجداول الإحصائية للفئات تحليل مضمون عينة من المسلسلات الأجنبية الخمس (05) يقودنا هذا التحليل إلى الاستنتاجات التالية:

1- يشير الجدول رقم (6) أنّ نسبة المتزوجات جاءت في المرتبة الأولى في عينة المسلسل الهندي، والذي يمثل بيئة المجتمع الهندي المحافظ الذي من بين أعرافه تزويج الفتاة في سن مبكر لتؤسس عائلة وتكون في خدمة زوجها وعائلته وتنجب أطفال ولا تطلب الطلاق الأمر الذي يفسر انعدام نسبة المطلقات في المسلسل الهندي.

كما تشير بيانات الجدول أن نسبة غير المتزوجات كانت عالية في المسلسل الكوري فقد بلغت (71,43٪)ومرد ذلك إلى قصة هذا المسلسل الرومانسي، إنها مثال المرأة العصرية التي تعيش نوع من الحرية والاستقلالية داخل جملة من الأدوار التي رسمها لها المجتمع الكوري فالمرأة الكورية لها أولويات التعليم والعمل على الزواج.

بينما لا نكاد نرى المرأة المطلقة والأرملة إلا تحت شكل المرأة المقهورة، التي تتحمل أعباء البيت والأبناء والضغوط الاجتماعية والاقتصادية وتهميش المجتمع لها.

من كل ما سبق ذكره نستنتج مايلي:

المسلسلات الأجنبية تبرز الدور المركزي للمرأة الأجنبية من خلال وضعيتها الاجتماعية متزوجة أو عزباء.

2- تسجل المرأة حضورا هاما في الدراما التركية ك: (أم، زوجة).

بينما لا نجد المرأة الهندية والكورية إلاّ بنسب متفاوتة، هذه النسب وإن كانت هامة نسبيا بحضور المرأة (أم، زوجة) إلا أن هذا الحضور لا يتعدى مجرّد حضور ثانوي داخل سيناريو المسلسل،هذا ما يفسر هيمنة صورة المرأة الشابة (كابنة) من حيث الشكل والفئة العمرية ب 75,14 ٪ في المسلسل الكوري، هذا الحضور قد لا يتعدى مجرد **الصورة /الشكل** أو **الصورة/ الجسد**.فهذا النوع من المسلسلات موجه إلى فئة الشباب التي تعيش حالة من العلاقات العاطفية، ويتبين ذلك من خلال اللباس، تسريحة الشعر،...يحاولون الترويج لثقافة دخيلة عن خصوصياتنا الثقافية العربية.

بينما لا نرى المرأة (عمة، خالة) إلا كطيف لا يكاد يظهر إلا تحت شكل المرأة المحافظة على جملة العادات والتقاليد والأعراف، أو على جملة الأدوار النمطية التي تحاول أن تجمع شمل الأسرة أو تشتتها.

المسلسلات الأجنبية تركز على وضعية المرأة كونها أم، أو أخت، أو إبنة.

3- نلاحظ من خلال الجدول رقم (8) أنّ المسلسل التركي "نساء حائرات 4" سجل أعلى نسبة بانتماء جميع الفئات النسائية إلى الطبقة العليا ويليه مسلسل "ياسمين" بنسبة(76,92 ٪) تليها المسلسلات الكورية ب(28,57 ٪)والهندية ب (25 ٪).

كما سجلت أعلى نسبة لانتماء المرأة للطبقة المتوسطة في المسلسل الهندي ب(75٪)،أما الطبقة الدنيا فجاءت أعلى نسبة للمسلسل الكوري ب(71,43٪).

إنّ الصورة المسيطرة التي تظهر عليها المرأة من حيث اللباس أو السلوك أو المستوى المادّي، هو شكل المرأة الغنية في المسلسلات التركية بنسب متفاوتة، هذا الاستغلال الكبير لصورة المرأة الثرية غَيَّبَ صورة المرأة الفقيرة ومردُّ ذلك أن المسلسل التركي "نساء حائرات" نسخة من سلسلة أمريكية اسمها "نساء يائسات".

كما جاء انتماء المرأة إلى الطبقة المتوسطة والفقيرة في المسلسل الكوري والهندي، تحاول استقراء الواقع الاجتماعي لهذا المجتمع ومُعايشته.

تهتم المسلسلات الأجنبية المدبلجة بالمرأة الغنية أكثر من اهتمامها بالمرأة الفقيرة .

4-يبدو من خلال الملاحظات الأولية لعينة الدراسة أنّ الإطار الحضري هو الإطار الغالب الذي تتواجد فيه المرأة بكثافة في المسلسلات الأجنبية المدبلجة، إن هذا التواجد المكثف داخل المدينة الذي يفرض على المرأة المحافَظة أدوار المرأة العصرية الحداثية باقتحامها العديد من القطاعات والمجالات وتجاوزت الأُطر المكانية التي كانت حكرا على الرجل ، وبالتالي يتم تراجع أدوار المرأة الريفية المحافظة. لكن رغم هذه الرؤية الحديثة للمرأة التي أملتها الظروف الاقتصادية والاجتماعية الجديدة فإنها تبقى في المخيال الجمعي مثال المرأة الضعيفة بيولوجيا والهشّة معنوياّ.

تهتم المسلسلات المدبلجة بمعالجة قضايا المرأة الحضرية المعاصرة، على المرأة التقليدية الريفية.

5-من خلال الأرقام التي يحتويها هذا الجدول رقم (10) يتبين لنا أنّ النسبة الغالبة في العينة النمط التواصل المرأة بالمرأة كانت "تنافسية"، كما تصور المسلسلات التركية علاقة المرأة بالمرأة إما "تنافسية أو عدائية" وهذا يرجع لطبيعة طرح الموضوعات التي يعالجها المسلسل، فأغلبها تدور حول حب رجل ومركزه الاجتماعي أو المال.

كما جاء نمط التواصل "صداقة" في المسلسل الكوري هذا مردّه إلى البنية المجتمعية المؤسساتية لهذا المجتمع ونسقه القيمي مبني على احترام الآخر، وبدليل انعدام نمط التواصل ب "عدائية وتنافسية" ونوع المسلسلات فأغلبها رومانسية.

كما نجد نمط التواصل "الأسري" في المسلسل الهندي ما يدل على مدى حرص الدراما الهندية على المحافظة على نسق العائلة الممتدة، وأن السلطة تكون بيد الشخص الأكبر سنا ما يفسر ترابط اللحمة العائلية وتماسكها من خلال الرابط الاجتماعي.

تصور المسلسلات الأجنبية المدبلجة تواصل المرأة بالمرأة على أساس صداقة، أسرية تنافسية وعدائية.

6- نلاحظ من بيانات الجدول أن علاقة " صراع" مثلت نمط التواصل بين المرأة والرجل في المسلسلات التركية وهذا ما فسرته نتائج الجدول السابق ذلك أنّ العلاقة بين الرجل والمرأة خارج العلاقة الزوجية تحفّها التوترات ،لأنها مبنية على المصلحة والمنفعة حيث أن الرجل لا يرى في المرأة إلا جسدها (المرأة، الجسد).

بينما الدراما الهندية والكورية غلب عليها أنماط التواصل بين المرأة والرجل: العلاقة الزواجية والحب فتلك الصورة النمطية اعتاد عليها المشاهدة من خلال هذه الدراما.

تركز المسلسلات الأجنبية على تصوير علاقة المرأة بالرجل داخل دائرة الصراع والزواج والحب.

7-يتجلى من خلال طبيعة وشكل العلاقة والذي حاولت الجدول رقم (12) المتضمن توزيع الفئات النسائية حسب النمط التواصل بين المرأة والأبناء (يبين فيه طبيعة هذا التواصل من خلال أنه سلبي أو إيجابي).

فقد جاءت نسبة التواصل السلبي بين الأم و الأبناء في الرتبة الأولى، وإن دلّ ذلك على شيء إنما يدل فتور وتلاشي الرابط الأسري في ظل الانفتاح التكنولوجي، و انتشار نمط الفر دانية وتنمية الروح الفردية والهروب إلى العالم الافتراضي، بالإضافة إلى المشكلات العائلية الناجمة عن الصراع بين الوالدين. وهذا لاينفي أنّ هناك علاقات نمط تواصل إيجابي بين الأم والأبناء بخاصة في المسلسل التركي "ياسمين" الأمر الذي يدعم الأواصر العائلية الاجتماعية.

تصور المسلسلات الأجنبية المدبلجة تواصل المرأة مع الأبناء بنمط سلبي.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

أولا: مجال الدراسة الميدانية

1-المجال المكاني

2-المجال الزماني

3-المجال البشري

ثانيا: منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات

1-منهج الدراسة

2-أدوات جمع البيانات

ثالثا: عينة الدراسة الميدانية و طريقة اختيارها

الإجراءات المنهجية للدراسة:

المجال المكاني للدراسة:

أولا: بني سنوس : البناء الجعرافي والبشري

1. البناء الجغرافي:

التسمية:

اسم " بني سنوس" مشتق من الكلمة البربرية "السَنُوسْ" والتي تعني "صغير الحمار أو الجحش" وقد كانت تدعى فيما مضى "سانوسا" وبعدها "الجبل الأخضر".

أ- الموقع الجغرافي:

تشترك القرى السنوسية مع بعض القرى في المغرب و المشرق الإسلاميين في الكثير من الخصائص ،ولقد أمكن الإثنولوجي الفرنسي (أندريه آدم) ملاحظة بعضها لدى القبائل المغربية القاطنة بجبال الأطلس في معظم المناطق الجزائرية، تحتل القرية عموما قمة هضبة أو سهلا أو منحدرا ،و هو ما لا ينطبق على بني سنوس ذلك أن السكنات هنا مجمعة في قرى تقع كلها في الوديان، أو على مقربة من منابع المياه، وأحيانا على ضفاف الوديان كقرية (مازَّر و تافَسْرَة) وأحيانا أخرى على قمم المرتفعات الجبلية كقرية (بني عشير) [1]. تقع "بني سنوس" على الحدود المملكة المغربية إلى الغرب من مدينة تلمسان، حوالي 45 كلم، وتتكون من كتلة جبلية ضخمة تضم سلسلة جبال "تيفوسة وتفنة" الوادي الكبير، وتقع بني سنوس في أعالي وادي تافنة و رافده الأساسي "وادي الخميس". يحدها شرقا مرتفعات "تافراوة" وغربا المملكة المغربية ومدينة مغنية، ومن الشمال عاصمة الزيانيين تلمسان. أما في التقسيم الإداري الجديد فتحدها من الشرق بلدية العزايل وتافسرة، ومن الغرب بني بوسعيد ومن الجنوب سيدي الجيلالي وسيدي مجاهد ومن الشمال بني بحدل.

[1] محمد حمداوي ،المجال السكني العائلي في الوسط الريفي التقليدي :الدر و القرية لدى بني سنوس، مجلة إنسانيات، عدد7، 1999، ص32.

تضم بني سنوس ثلاث بلديات وهي بلدية العزايل، وبلدية الخميس، وبلدية بني بحدل. وتضم دائرة بني سنوس حوالي 11284 نسمة حسب آخر إحصاء للسكان سنة 2008.

وتبلغ مساحتها الإجمالية حوالي 374 كلم^2.

ب- تضاريس بني سنوس:

تضم أكثر من 29578 هكتار من الغابات والأحراش، وحوالي 4800 هكتار مساحة الأراضي الصالحة للزراعة. وتقع بني سنوس على هضبة تخترقها أودية، وإذا نحن اتجهنا نحو أعالي نهر الخميس الذي يتجه مسيره من الجنوب الغربي نحو الشمال الشرقي منطلقين من ملتقى هذا النهر الواقع على علو 600 متر من سطح البحر مع وادي تافنة، فإننا نجد جروفا شاهقة يبلغ ارتفاعها حوالي 1500 مترا، ذات قمم إطلالية مميزة للتكوين الجيولوجي الثاني لمرتفعات تلمسان، وتحدها من الشمالية الغربية حواجز جبلية يتجاوز إرتفاعها 850 مترا. هذه المنطقة الصغيرة بأقسامها الكثيرة تتوسط رافديها المهمين اللذان يعدان شرباني الحياة المغذيين للعيش والفلاحة بالمنطقة.

وتعد بني سنوس من جهة موقعها الجيوستراتيجي حاضرة الفقه والعلم. تعد منطقة عبور بين مدينتي "فاس" المغربية وتلمسان، وأغلب المناطق بني سنوس يغلفها غابات كبيرة ومساحات حشيشة، وتتميز المناطق الأخرى بانتشار نبات الحلفاء إلى جانب الدوم والديس الذي يعد النبات المسيطر على الأجزاء غير الفلاحية .

وتعد المنطقة فلاحيه رعوية بالدرجة الأولى حيث يطغى عليها الطابع الريفي باعتبارها منطقة جبلية، ويعتبر الرعي والزراعة أهم نشاطات السكان منذ القدم، وتتميز المنطقة بكثرة العيون والأودية التي يصب معظمها في "سد بن بحدل" الذي يعد أهم مورد مائي بالمنطقة، والشريان الأساسي للري والفلاحة بكل المناطق المجاورة، وهو أكبر السدود على المستوى الوطني ويصل منسوب المياه فيه الإمتلاء حوالي 5 ملايين (م^3) [1].

---

[1] بن شراط نجاة ، حرفة الحصير بمنطقة بني سنوس وتنمية أبعادها الاجتماعية والثقافية والاقتصادية ،رسالة ماجيستر أنثروبولوجيا التنمية ، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية ، جامعة تلمسان، 2010-2011،ص36.

ج-الزراعة و الموارد الطبيعية:

تشتهر بالأشجار المثمرة كما كانت تعرف قديما بزراعة القطن، ومحاصيل الذرة، الحبوب والخضر والفواكه والزيتون. تتميز بكثرة الينابيع العذبة وتصب كلها في الرافدين أساسيين للمنطقة وادي الخميس ووادي تافنة اللذان يصبان بدورهما في سد بن بحدل الذي بدأ إستغلاله منذ 1941.

أما الغطاء النباتي فمتنوع نجد: الحلفاء الديس، الدوم، القندول. وتشتمل الغابات على أشجار العرعار، الكريش، الضرو، البلوط، كما أنها مليئة بطرائد الصيد خاصة الحجل والأرانب.

ينبع نهر تافنة من أسفل غابة مرشيش من عين الجبالات، على بعد 10 كيلومترات من هذه المدينة، يصطدم بسد جبلي يتراوح علوه بين 1200 و 1300 م متوجها من الشمال الغربي إلى الجنوب الشرقي، ثم يتبع السد الجبلي نحو الشمال الغربي. وانطلاقا من هذا المنعطف يبدأ النهر سَيْلَه في مجرى ضيق، تشرف عليه جبال عالية مشجرة وصخرية، ثم يتسع الواد بعد بضعة كيلومترات ليبلغ عرضه بين 2 إلى 3 كلم على طول 15 كم تقريبا. وكما هو الشأن بالنسبة لنهر تافنة، فإن سفح وادي الخميس مكسو بأشجار الزيتون والأشجار المثمرة خصوصا التين، الخوخ وحقول الخضر والبقول، وغالبا ما تكون الحقول وغابات الزيتون تحيط بالقرى من الجهة السفلى من الوادي.

إن قرى بني سنوس كلها تشكل وحدة جغرافية وثقافية قابلة للتمييز، وكل تقسيم لها إنما هو تقسيم إعتياطي لأن سكانها الأصليين ينتمون إلى نفسها الجماعة أو الأسرة البربرية المسماة بني سنوس [1].

2. ريف بني سنوس:

تتميز بني سنوس بعدة مناطق وقرى بقي بعضها على ما كان عليه مع بعض التطور، فيما إندثرت مناطق أخرى وظهرت قرى جديدة.

"تافسرة": واسمها يعني (فترة تجفيف التين) في اللهجة البربرية الزناتية، واشتقاقا تعني (يد الإله) وتعد أول كتلة تاريخية عرفت بالمنطقة، وتقول مصادر أخرى أن اسم (تافسرة) مشتق من كلمة "تِيسْفَرْتْ"

[1] إبراهيم الهلال ،الشعر الشعبي الثوري الجزائري 1954-1962 منطقة بني سنوس نموذجا ، رسالة الماجيستر ،كلية العلوم الانسانية و العلوم الاجتماعية ، جامعة تلمسان ،2010 -2011، ص 5.

وهي جمع " تاسفريت" والتي تعني مجموعة كهوف في اللهجة البربرية. ويقال أيضا أنها مشتقة من الكلمة العربية " تفاسير"والتي تعني تفسير أو شرح، وكل هذه التسميات نابعة من خصوصيات المنطقة. كان سكانها لا يشتغلون إلا بحرفة لحدادة لوجود عدة مناجم للحديد في هذه القرية و نقله إلى تلمسان [1].

وإلى الغرب من (تافسرة) نجد قبيلتين "الجعالين" و "المغانين" حيث نجد بينهما شحناء وعصبية قبلية لازالت رواسيها إلى حد الآن.

– وبالغرب منها قرية (الثلاث) ثم (عين مضرة) وذلك في أسفل سفح جبل (فرن زهرة) وأسفلها مباشرة نجد الربوة المسماة (كدية الروم) وقرية (زهرة) الصغيرة، التي تتميز بيوتها بعمارة فريدة تعود إلى قرون تواجد الشعوب البربرية الأولى، وإلى الشمال نجد قرية (بن بحدل) التي تشتهر بأحد أكبر السدود على المستوى الوطني، وهي تكمل قرية العزايل اللتان تقعان بملقى الرافدين الأساسيين للمنطقة هما وادي الخميس وتافنة، وتقع (بني بحدل) أسفل "موطاس" وتشتهر باسم بلاد الألف زيتونة ببساتينها الرائعة وأشجارها المثمرة خاصة الخوخ الفاروقي والزيتون والرمان واللوز، كما تشتهر بطاحونة تشتغل بالمياه تعود لعشرات السنين لازالت تستخدم في عصر الزيتون. بالإضافة إلى الصناعات التقليدية المتمثلة خاصة في الطباق ، السلال، الكساكيس.

– أما إذا اتجهنا إلى الشمال فإننا نصادف قرية (بن حمو) على ضفاف وادي الخميس وهي أكبر القرى على الإطلاق، تضم أكبر عدد من القبائل: الزناتية، أغروان، أولادعنان، أولاد شعايب، الدوابنة، الحضارة، الشرفة (وأصلهم من أولاد أنهار)، ثم قرية القيرية في الجهة المقابة . ثم منطقة "صفاح بوحيات" أشهر مكان تجفف فيه حلفاء كل المناطق المجاورة للوادي، وإلى أعلى الوادي نجد قرية (الخميس) أين تقام السوق الأسبوعية والتي يقصدها السكان من داخل وخارج بني سنوس، وتضم قبيلتي: أولاد فارس وأولاد مزيان وفي الضفة المقابلة تقع قرية (أولاد موسى) إلى جوار قرية (أولاد عربي) وهما بقايا قوم آيت موسى وآيت عربي، اللتان تنحدران من أسرتي الأخوين موسي

---

[1] فوزي مصمودي ،تلمسان بعيون عربية ، صدر عن وزارة الثقافة(تلمسان) ،ط 1، 2011، ص92.

والعربي وقد تقودنا هتان التسميتان إلى التفكير في السلطان الزياني (أبو الحسن المريني) الذي حكم تلمسان في القرن الثالث عشر[1].

وتنحدر أجمل الشلالات وأكبرها في بني سنوس من أعالي جبال (دار عياد) و(بوحمامة) في قرية (بن عشير) و (مازر) و(القصبة) و(سيد العربي) في منبع وادي الخميس. وإلى العلى تقع قرية (مازر) والتي تعني في اللهجة السنوسية الزيانية : الصخرة الكبيرة التي تشتهر بصناعة أنواع الحصير السنوسية.

وتتميز كل قرية من قرى بني سنوس بعادات وتقاليد ومميزات وخصائص ومظاهر إجتماعية خاصة بها، تختلف من قرية إلى أخرى بالرغم من أنها تتشابه في أحيان كثيرة [2].

في كتابه Algèria Romanaماك كارثي (Marc Carthy)عن بني سنوس ، وأشار إليها (إبن خلدون)في كتابه 'العبر' فذكر في تاريخ البربر قبيلة بني سنوس (القرن الرابع عشر)، وفي زمن أقرب إليها من ذلك، تكلم الإفريقي (Lèon L'African xvi) عن تافسرة كمركز منجمي للحديد هام ونشط ولم يفت(كانال)أن يخصص لهذين الوادين بعض الصفحات في دراسته "منوغرافيا دائرة تلمسان" .

والعائلة السنوسية فلاحية بطبعها تستطيع أن تعيش بدون تعاون مع غيرها لكنها تجد أنها متكافلة بينها وكان المجتمع السنوسي عائلة واحدة، حيث تعد الأسرة وحدة مكتفية بذاتها تقريبا، أن تنتج معظم غذائها وتستخدم أفرادها في العمل الحقلي، وتصنع نساؤها ملابسها وتنتج آنيتها وأدواتها وتحمل إنتاجها إلى السوق ، كما تتميز بكثرة الإنجاب.

---

[1] ألفريد بل، بني سنوس و مساجدها في بداية القرن العشرين :دراسة تاريخية أثرية، ترجمة محمد حمداوي، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية (الجزائر)، د ط ،2011 ، ص 45-46.

[2] Mohammed Saridj, Ayred des BENI-SANOUS apologie historique, ethnologique, et sosologiqueD'ayred , Edition konouz (Algèrie), 2017, p 14.

اللهجة:

نجد في بني سنوس تنوعا هاما في اللهجات المحلية إلا أن اللهجة المسيطرة هي اللهجة البربرية (الزناتية).

ويتكلم السنوسيون اللغة العربية إجمالا لكن الهجة المحلية هي الطابع الغالب وهي مزيج من البربرية والأمازيغية والعربية وبعض الألفاظ الفرنسية [1].

- المجال البشري للدراسة:

إن الدراسة التي قمنا بها كانت معينة بتحليل صورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية وتأثيرها على منظومة القيم لدى المرأة الريفية دراسة ميدانية بمنطقة تلمسان، وقد وقع اختيارنا على "ريف بني سنوس" كأرضية للاختبار، ولمعرفة واقع المرأة الريفية السنوسية في ظل التغيرات التي واكبت انفتاح البث الفضائي العربي و انتشار المقعرات الهوائية، و زيادة الطلب عليها مع بروز ظاهرة المسلسلات المدبلجة التي أصبحت المرأة الريفية تحاكيها و تخصص لها الوقت لمشاهدتها. من خلال هذا التقديم نسلط الضوء على خصوصيات النسق القيمي في المنطقة كما وقع اختيارنا على "قرية تفسرة "والتي تعتبر أقدم القرى في المنطقة، ولقد كانت هذه الدراسة موجهة أساسا إلى المرأة الريفية السنوسية. و قد قمنا بتجنيد كافة الوسائل المادية والمعنوية لجعل هذه الفئة (المرأة الريفية) تتفاعل مع الدراسة وتبدي حماسا وقبولا للإجابة على مختلف أسئلة الاستمارة و المقابلة الحرة ، مراعيا بذلك الاختلافات، الثقافية منها والاقتصادية والاجتماعية، وتعد كسب ثقة المبحوثات من أحد العوامل التي تحدد مجرى البحث.

3- المجال الزماني للدراسة:

الدراسة الإستطلاعية: أجرت الباحثة دراسة استطلاعية إستغرقت 10أيام ، و هدفت من خلالها تحديد أهم القيم الشائعة في مجتمع الدراسة من وجهة نظر المرأة الريفية حتى نتمكّن من إختيار بعض القيم للعمل عليها إلى منها : قيمة الحياء، قيمة القرابة، قيمة المال ، وقيمة العمل .كما

[1] Mohammed Saridj, Elmaghili, Edition konouz (Algèrie), 2015, p 13.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم البرامج التي تفضل مشاهدتها المرأة الريفية بإستمرار على الفضائيات العربية ،ودوافع المشاهدة . إذ تم توجيه أسئلة مفتوحة لعينة استطلاعية بلغت (22إمراة) من مختلف الفئات العمرية والشرائح الاجتماعية، وقد اتبعت الباحثة طريقة المقابلة الحرة وتدوين المعلومات مباشرة منهم حرصا على دقة المعلومات التي يبديها أفراد مجتمع البحث في أثناء الإجابة،مما سمح بتعديل بعض أسئلة الاستمارة و حذف البعض الآخر منها ،كما سمحت هذه الدراسة بالإلمام بالوضع العام للمرأة في ريف بني سنوس، ولغرض بناء أداة البحث التي اعتمدت في جمع المعلومات من عينة الدراسة. إذ كانت المقابلة تجرى معهم في مناطق وجودهم، قرب سكناهم أو داخل البيت.

تطبيق الدراسة :تم تطبيق هذه الدراسة من 2015/03/15إلى 2015/04/24ودامت أكثر من 30 يوما خصصت لتوزيع الاستمارات على الفئة المبحوثة و جمعها.

ثانيا: منهج الدراسة و أدوات جمع البيانات:

1– منهج الدراسة:

من أجل التحلي بالموضوعية في دراسة ما، يجب على الباحث تطبيق منهج علمي يتوافق وطبيعة الموضوع، وفي الواقع لا توجد طريقة أو منهج علمي واحد يمكن الاعتماد عليه للكشف عن حقيقة الظاهرة المدروسة ،لذلك فان طبيعة الموضوع و الهدف منه هو الذي يفرض علينا نوع المنهج الذي يتبعه . ويرى (موريس أنجرس) أنه" إذا كان المنهج العلمي هو أساس مسعى الباحث فان مناهج أخرى ستوضح المسار الخاص الذي سيُتبع على المستوى الملموس" [1]، وانطلاقا من هدف الدراسة فإن المنهج الأنسب في هذه الدراسة هو المنهج **الهيكلي –الوظيفي** الذي يكمن في رصد وتحليل بنية صورة المرأة في المسلسلات الدرامية المد بلجة المقدمة في الفضائيات العربية من خلال: الأدوار الاجتماعية التي تم التعرض لها عند الحديث عن المرأة، و الحالة الاجتماعية، ونمط التواصل

[1] موريس أنجرس، منهجية البحث العمي في العلوم الانسانية، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصبة للنشر(الجزائر) ،ط2،2006، ص98.

الاجتماعي، ونوع الطبقة الاجتماعية، والمستوى الاقتصادي، والمظهر الخارجي، وتأثيرها على منظومة القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية حيث ينظر هذا المنهج إلى المرأة لا من حيث كونها كائنا بشريا بل من حيث كونها مجموعة من القيم و المعايير تشربتها من الأسرة عبر تنشئتها الاجتماعية . علما بأن هذا المنهج يعترف بعدم تساوي و تكافؤ جميع وظائف المرأة داخل الأسرة إذ تحصل إعتلالات وظيفية تهدد بنائها، كدخول مؤسسات اجتماعية أخرى (كالتلفزيون :البث الفضائي).

2- أدوات جمع البيانات المستخدمة في الدراسة:

1- **الملاحظة:** تعتبر الملاحظة أول تقنية يستخدمها الباحث الاجتماعي للاتصال فيها بالواقع الذي يريد دراسته حيث تعرف " على أنها من أهم الوسائل التي يستعملها الباحثون الاجتماعيون في جمع الحقائق و المعلومات من الحقل الاجتماعي"[1]. وعليه فقد إتسخدم الباحث الملاحظة البسيطة من خلال الدراسة الاستطلاعية للتعرف أكثر على واقع المرأة الريفية عينة الدراسة، من خلال ملاحظة سلوكياتها وظائفها اليومية داخل الأسرة وخارجها، وعلاقة المرأة بالتلفزيون كمعطى جديد تفرضه التغيرات المجتمعية ضمن حياتها اليومية، فالملاحظة ما هي إلا: "رؤية منظمة وموجهة بالاهتمام للظواهر الخاضعة لها " [2].

2-**المقابلة:** تحتل المقابلة مركزا هاما في البحث السوسيولوجي وتعتبر من الأدوات الأساسية الكثيرة الإستعمالا وذلك لما يمكن أن نجمعه من معلومات حول موضوع الدراسة ويعرف (ريمون كيفي، ولوك فان كمبنهود)" في كتابهما(Manuel de recherche en sciences sociles) على أنها:"تبادل حقيقي يعبِّر فيه المستجوب عن إدراكاته لحدث أو وضع، وعن تفسيراته وتجاربه ،في حين يسهل الباحث هذا التعبير بما يصدر عنه من أسئلة مفتوحة وردود فعل، متجنبا البعد عن أهداف البحث"[3].

---

[1] أحمد عياد، مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية (الجزائر)،2006 ، ص 131.

[2] مروان عبد المجيد إبراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق (عمان)، ط1،2000، ص175.

[3] Luc Campenhoudt ,Raymond quivy, manuel de recherche en sciences sociales ,4em edition (paris), 2011,p 60.

كما نعرف على أنها :"محادثة بين الباحث و شخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى حقيقة أو موقف معين ،من أجل تحقيق أهداف الدراسة "[1]. وفي دراستنا هاته اتبعنا أسلوب المقابلة الحرة وتمت مع مختلف الفئات النسائية الريفية.

3-الإستمارة: تعرف على أنها: " تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد و بطريقة موجهة ..و هي وسيلة للدخول في اتصال بالمبحوثين بواسطة طرح الأسئلة عليهم بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات معينة انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها "[2]. و نظرا لوجود بعض أفراد عينة الدراسة أميين قامت الباحثة بملئ الاستمارة و ترجمة بعض الأسئلة بالدارجة حتى تتمكن بعض المبحوثات من الفهم الجيد للأسئلة والإجابة عليها ،ويعرف موريس أنجرس" استمارة المقابلة تتم عن طريق الطرح الشفوي للأسئلة و تسجيل الإجابات و هذا يتطلب وقتا و تدخلا أكبر " وتعتبر الاستمارة الأداة التي اعتمدت عليها الباحثة قصد جمع البيانات من الميدان وقد تم إعدادها على أربع مراحل:

-المرحلة الأولى: مقابلة بعض العينات من النساء الريفيات والتحدث معهم بشكل تلقائي لمحاولة حصر النقاط الرئيسية التي يتفقون فيها حول واقع المعيشة في المنطقة.

-المرحلة الثانية: تشكيل استمارة أولية بناءا على المرحلة الأولى وتضمنت 20 سؤالا اغلبها مغلقة وبدون تحديد المحاور وذلك قصد تجربتها، قصد إثراء الاستمارة بعدة أسئلة جديدة أو وضع بدائل لأسئلة موجودة من قبل.

-المرحلة الثالثة: إعادة صياغة وتركيب الاستمارة النهائية بناءا على الملاحظات المسجلة، وتغطية النقائص وتعديل الأسئلة وإعادة تجريبها على 10أفراد آخرين لاختبار مدى صلاحيتها.

-المرحلة الرابعة: وهي المرحلة النهائية والتي تم فيها النزول بالإستمارة إلى الميدان بعد تعديلات طفيفة وتطبقها على كافة أفراد العينة وعموما قد ضمت الاستمارة 32 سؤالا إلى خمسة محاور:

المحور الأول: البيانات الشخصية .

---

[1] محمد عبيدات و آخرون ، منهجية البحث العلمي :قواعد والمراحل و التطبيقات، دار وائل للنشر و التوزيع (الأردن)، ط2، 1999،ص52.

[2] موريس أنجرس ، مرجع ، سابق، ص206.

المحور الثاني: طبيعة المشاهدة و دوافعها على الفضائيات العربية.

المحور الثالث: حجم التعرض عادات و أنماط المشاهدة .

المحور الرابع: العلاقة بين قيمة الحياء و المظهر الخارجي

العلاقة بين قيمة القرابة و نمط التواصل الإجتماعي .

العلاقة بين قيمة المال و المستوى المادي .

العلاقة بين قيمة العمل و الأدوار الاجتماعية .

ثالثا: عينة الدراسة الميدانية :

لقد اعتمدنا في بحثنا هذا على المرأة كوحدة للدراسة ،و قمنا باختيار عينة قصديه مقدرة ب150 امرأة ريفية، ويرجع اختيارنا لهذا الريف دون سواه لاعتبارات ذاتية، أهمها أن الباحثة تعيش في وسط ريفي، ودفعها الفضول للبحث في هذا المجال، وأيضا لاعتبارات موضوعية أهمها أن الريف الجزائري بما فيها ريف بني سنوس عرف درجة للإتصال الحضاري بدخول العصرنة وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، لكنها في الآن ذاته متأصلة في تاريخها القديم، لا تزال السمات الخاصة بالمجتمع الريفي كالإنتشار المساحات الزراعية والعمل الحقلي الذي يعكس النشاط الفعلي لسكان هذا الريف وتمسكهم ببعض العادات والتقاليد والأعراف والممارسات المترسخة موروثهم الثقافي، إضافة إلى الزراعة هم يمارسون وظائف تشكل المصدر آخر لدخلهم الفضائي) تنافس وظائف وأدوار المرأة في علاقاتها بأسرتها و باقي البناء المجتمعي بتهديده للنسق القيمي الذي تعيش فيه.

الفصل الخامس: نتائج الدراسة الميدانية

أولا: حجم التعرض عادات و أنماط المشاهدة في الفضائيات العربية

1-التعرض للفضائيات العربية

2-المشاهدة الدرامية للمسلسلات المد بلجة

3-المداومة على مشاهدة الدرامية للمسلسلات المد بلجة

4-فوائدا لمتابعة الدرامية للمسلسلات المد بلجة على الفضائيات العربية

5-دوافع و أسباب المشاهدة

6-المفاضلة بين الفضائيات العربية لمتابعة المسلسلات المد بلجة

7-أنواع الموضوعات والقضايا المسلسلات المد بلجة

ثانيا: عادات مشاهدة المسلسلات المد بلجة على الفضائيات العربية عينة الدراسة

1-مدة المشاهدة

2-عدد أيام المشاهدة و أفضلها

3-أوقات و ظروف المشاهدة

ثالثا: أنماط المشاهدة

العلاقة بين قيمة الحياء و المظهر الخارجي

العلاقة بين قيمة القرابة و أنماط التواصل الاجتماعي

العلاقة بين قيمة المال و قيمة المستوى الاقتصادي

العلاقة بين قيمة العمل و الأدوار الاجتماعية

الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

الجدول رقم (1):يبين توزيع أفراد عينة حسب العمر:

العمر	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 17 سنة	32	21,33
17–25 سنة	45	30
26–33 سنة	50	33,33
34–41 سنة	18	12
42–49 سنة	05	3,33
50 فأكثر	/	/
المجموع	150	100

إن الجدول أعلاه يبين لنا أن هناك تنوعا في الفئات العمرية، وتوزيعها على امتداد مراحل مختلفة مثلت المرأة الريفية الجزائرية، التي تتميز بنسق ثقافي وقرابي خاص هو انعكاس لطبيعة العناصر المادية المؤثرة في تلك البيئة، وهذا له جانب من الأهمية في هذه الدراسة والممثل أساسا في الكشف عن الفئات العمرية الأكثر تعرضا للفضائيات العربية عامة والمسلسلات المدبلجة خاصة،كمعطى جديد فرضته التطورات المتسارعة لوسائل الإعلام والإتصال سيما في الألفية الثالثة، جعلت المرأة الريفية تعرف تأثيرات(الصورة الوافدة) صورة المرأة الأجنبية على النسق القيمي الذي بدوره يفسر لنا تحورا في بعض الأدوار و الوظائف الاجتماعية الموكلة للمرأة داخل بنيتها الأسرية تكيفا مع الحراك المجتمعي وحفاظا على استقرار البناء الاجتماعي الريفي .

ما يمكن ملاحظته من خلال متغير العمر، أن أعلى نسبة لأفراد عينة الدراسة تتركز أعمارهم داخل الفئة العمرية (26–33 سنة) حيث بلغت هذه النسبة (33,33 %)، يليها في الترتيب ممن تقع أعمارهم في الفئة العمرية (17– 25 سنة) إذا بلغت نسبتهم (30%)، ثم تليها الفئة العمرية (أقل

من 17 سنة) حيث بلغت نسبتهم (21,33%)، ثم باقي الفئات الأخرى . فيما نجد أن الفئة العمرية (أكثر من50سنة) لم تسجل أي تمثيل وهذا مبرر بعدم اهتمامها بهذا النوع من المسلسلات فهي متشربة للثقافة الريفية المحلية .

ومن خلال هذه البيانات الإحصائية يتضح أن الفئات العمرية المحصورة بين (أقل من17إلى 33سنة) هي الأكثر تمثيلا لعينة الدراسة، وهذا بدوره مؤشر هام عن معرفة حقيقية لتأثير الصورة التلفزيونية على منظومة القيم التي تحملها المرأة الريفية.

الجدول رقم (2):يبين توزيع أفراد عينة حسب الحالة الإجتماعية:

الحالة الإجتماعية	ك	%
عزباء	65	43,33
متزوجة	72	48
مطلقة	11	7,33
أرملة	02	1,33
المجموع	150	100

يعتبر نسق الزواج في المجتمع الريفي الجزائري من أهم المؤسسات الاجتماعية نظرا لكونه القاعدة الأساسية لتكوين العائلة، ويستلزم نظام الزواج إنجاب الأطفال وتربيتهم تربية اجتماعية وأخلاقية يقر المجتمع ويعترف بوجوها" [1] .

وجدنا أن نسبة المتزوجات وغير المتزوجات في عينة الدراسة متقاربة تعادل (48%) للمتزوجات و(43,33%) لغير المتزوجات، مقارنة بالنسب التي مثلتها حالات المطلقات والأرامل والمعبر عنها بنسب متفاوتة (7,33%) للمطلقات و(1,33%) للأرامل. وما أكدت عليه المبحوثات أن الطبيعة الاجتماعية المحافظة لسكان الريف فرضت نوعا من الإنعزال، جاء من مؤشراته(الزواج الداخلي) أي أن الزواج يكون داخل النسق القرابي، للحفاظ على الإرث و النسل و المكانة الاجتماعية، بالإضافة

[1] إحسان محمد الحسن،علم اجتماع العائلة ، دار وائل للنشر(عمان)، ط1 ،2005 ،ص48.

للمحافظة على الخصوصيات القيمية للنموذج الاجتماعي المعمول به في الريف، وهو يعتبر رأسمال اجتماعي حسب عالم الاجتماع "بيار بورديو".

على ضوء هذا التوزيع في الجدول (02) يتضح لنا أن أعلى نسبة لأفراد عينة الدراسة هي الممثلة لفئة المتزوجات، وهذا يعني أننا نتعامل مع وحدات اجتماعية لها عدة وأدوار وظائف (أم، زوجة،...) داخل نسق أكبر ألا وهو الأسرة (أي أننا نتعامل مع عائلات وليس أفراد). والمعنى السوسيولوجي يقتضي النظر إلى المرأة في علاقتها مع باقي الفئات الأخرى في النسيج الاجتماعي (أي النظر إلى هذه الفئة في ضوء العلاقات التي تبنيها مع المجتمع). وهذا ما أكدت عليه الدراسة التحليلية من خلال الجدول(6) الذي يبين فئة صورة المرأة حسب الحالة الاجتماعية و نوع المسلسل من حيث تركيزها على فئة المتزوجات، ما هي إلا تخطيطا مستهدفا على جذب و استمالة هذه الفئة بالتأثير في بعض عناصر التنشئة الاجتماعية التي تتفاعل بها المرأة مع محيطها الأسري و المجتمعي

الجدول رقم (3):يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئات العمرية ومستواها التعليمي:

المستوى التعليمي / الفئات العمرية	دون مستوى		إبتدائي		متوسط		ثانوي		جامعي		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أقل من 17 سنة			02	1,33	17	11,33	13	8,66			32	21,32
19-25 سنة					38	25,33	07	4,66			45	29,99
26-33 سنة			01	0,66	33	22	08	12	05	3,33	50	33,99
34-41 سنة			12	08	05	3,33					18	11,33
42-49 سنة	04	2,66			01	0,66					05	3,32
50 فأكثر	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	04	2,66	15	9,99	94	63,65	32	21,32	05	3,33	150	100

يبين لنا الجدول (03) توزيع أفراد عينة الدراسة من حيث المستوى التعليمي والعمر، وبقراءة بيانات الجدول أفقيا يلاحظ أن أعلى نسبة في العينة كانت للفئة العمرية (26-33 سنة) ب(33,99 %)، يليهم في الترتيب ممن تقع أعمارهم داخل الفئة العمرية (19-25 سنة) بنسبة (29,99%)، ثم الفئة العمرية (أقل من 17 سنة)إذ بلغت نسبتهم (21,32%)، وفي المقابل نجد أن الفئتين العمريتين (34-41 سنة) (42-49 سنة)سجلت أقل نسبة ب (11,33%)و(3,32%).

وبقراءة بيانات الجدول عموديا نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة لديهم مستوى تعليمي متوسط حيث بلغت نسبتهم (63,65%)، يليهم في الترتيب ذوي مستوى تعليمي ثانوي بنسبة (21,32%)ثم ذوي المستوى الابتدائي ب(9,99%)، أما مستوى جامعي بلغ نسبة(3,33%) وأخيرا فئة دون المستوى التي مثلت نسبة (2,66%) وهي عبارة عن أربع مفردات في الفئة العمرية (42-49 سنة).

ويربط متغير العمر بالمستوى التعليمي، نلاحظ أن الغالبية من أفراد عينة الدراسة لديهم مستوي تعليمي متوسط وينتمون إلى الفئة العمرية (19-25 سنة) و(26-33 سنة) حيث بلغت نسبتهم (25.33%)،(22%)، تليها الفئة العمرية (أقل من 17 سنة) ذوي تعليم ثانوي، ثم الفئة العمرية (34-41 سنة) ذوي مستوى تعليمي ابتدائي. أما التعليم الجامعي استقر عند الفئة العمرية (26-33 سنة) بنسبة قليلة.

يفسر ارتفاع نسبة ذوي التعليم المتوسط داخل الفئتين العمريتين (19-25 سنة)و(26-33 سنة) كون أن هؤلاء النساء هن أمهات متزوجات توقفن عن التعليم عند هذا الحد من التعليم، ذُكر على لسان إحدى المبحوثات أن الفتاة في المجتمع الريفي التقليدي لا يسمح لها بالتعليم إلا بالقليل فالعائلة لا تسمح بتنقل الفتاة إلى مؤسسة تعليمية بعيدة عن القرية، بالإضافة إلى سلطة العرف والعادات والتقاليد التي يخضع لها أفراد المجتمع الريفي، حيث أن الفتاة دورها يكون من خلال تجهيزها في سن مبكر لأدوارها كزوجة وأم هذا يعتبر مفخرة للأسرة الريفية و يعطيها مركز اجتماعي في المجتمع الريفي،

كما نجد في المقابل أن الفتاة التي تواصل دراستها في الثانوي أو الجامعة تمثل فئة صغيرة و في أغلبها هن لسن متزوجات.

الجدول رقم (4):يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب عدد أفراد الأسرة:

العمر	التكرار	النسبة المئوية
2-0	25	16,66
5-3	76	50,67
8-6	48	32
9 فما فوق	01	0,66
المجموع	**150**	**100**

إن التعرض لموضوع حجم الأسرة له غاية من الأهمية بالنظر إلى درجة التفاعل والتواصل الاجتماعي، وطبيعة العلاقات بين أفراد الأسرة ونمط التنشئة والضبط الاجتماعي، ولاسيما عند الحديث عن التلفزيون (البث الفضائي) كمؤسسة اجتماعية أصبح تنافس الأسرة في عملية التنشئة الاجتماعية.

المتمعن في نتائج الجدول أعلاه يستطيع قراءة عدد من النقاط تؤكد عليها النسب المتوصل إليها: فلقد وجدنا أن أغلب أفراد عينة الدراسة يتراوح عدد أبنائها بين (3-5أفراد)حيث بلغت نسبتها (50,67%)، و تشكل نسبة الأسر التي يتراوح عدد أبنائها (6-8) نسبة (32%) يليها في الترتيب نسبة الأسر ممن يتراوح عدد أفرادها من(0-2)ب(16,66%)ولنصل في الأخير إلى أسرة واحدة مثلت نسبة (0,66%) من عينة الدراسة عدد أبنائها يفوق تسعة أبناء.

من خلال ما سبق وبالإضافة إلى ما قراناه من المبحوثات، نجد أن العائلة الريفية تتجه نحو الأسرة النووية، التي من مميزاتها التقليل في عدد الأبناء و انتهاج المرأة الريفية لسياسة التخطيط العائلي وتنظيم الأسرة وتقسيم العمل وكذا التعليم الذي يعد مؤشرا أساسيا في تغير قيم التي كانت تؤسس

للإنجاب تحت سلطة العادات والتقاليد من الثقافة الشعبية الريفية، كما لعبت وسائل الإعلام دورا أساسيا في دخول قيم اجتماعية جديدة في الوسط الريفي، الشيء الذي حول المجال الريفي من مجال مغلق إلى مجال مفتوح على قيم التحديث والتمدن، وهذا ما عبرت عليه النسبة (50,67%) أما فيما يتعلق بالأسر التي مثلت عدد أبنائها من (6-8)فهي تمثل فئات أسرية ممن يكون الأبوين كبار في السن وينتمون غالبيتهم إلى أسر ممتدة، أنجب قدرا كبيرا من الأبناء تماشيا مع الثقافة الريفية التي كانت تشجع على كثرة النسل لمساعدتهم في أعمال الزراعة. ويعتبر هذا رأسمال اجتماعي. ومن خلال محادثتنا مع أفراد عينة الدراسة، لاحظنا أن كبار السن من المبحوثات هن من يمثلن النسبة التي عدد أبنائها كثير. فالقيم الأساسية لدى الريفيين تدور حول الأرض والأولاد لأنهم يمثلون القوة الإنتاجية والاجتماعية على حد سواء لهذا يحرص القروي على أن يكون له أكبر عدد من الأولاد وبهذا ترتفع قيمة المرأة الولود التي تنجب عددا كبيرا من الذكور.

الجدول رقم (5):يبين توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب العمر والتعرض للفضائيات العربية:

المشاهدة / العمر	دائما		أحيانا		نادرا		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من 17 سنة	10	6,66	21	14	03	02	32	21,32
19-25 سنة	24	16	19	12,66	/	/	45	30
26-33 سنة	33	22	17	11,33	/	/	50	33,33
34-41 سنة	/	/	12	08	06	04	18	12
42-49 سنة	/	/	/	/	15	3,33	05	3,33
50 فأكثر	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع	67	44,64	69	45,99	14	9,33	150	100

وضحت هذه الدراسة ومن خلال هذا الجدول: التغيير الفعلي للمرأة الريفية في عدة مبادئ أساسية التي تشكل النسق القيمي وهو: التعرض للبث الفضائي العربي وعلاقته بالعمر من خلال معرفة الفئة العمرية التي تتعرض (تشاهد) للفضائيات العربية أكثر من نظيراتها للإشباع حاجاتها النفسية والاجتماعي .

توضح بيانات الجدول(5) ارتفاع معدل مشاهدة القنوات الفضائية العربية بنسب متقاربة حيث مثلت نسبة (45,99%)من عينة الدراسة تعرضهم الفضائيات العربية بصفة غير منتظمة (أحيانا)، يليها ممن يتعرضون بصفة دائمة إذا بلغت نسبتهم (44,66%)في حين بلغت نسبة ممن يتعرضون الفضائيات العربية نادرا ب(9,33%).وهي نسب خطيرة و ذات دلالة اجتماعية وعلمية هامة، لأنها تعكس مدى قوة التغير الاجتماعي داخل المجتمع الريفي عامة المرأة الريفية كبنية أساسية تأسس لتوازن الأسرة الريفية و استقرارها. أما بالنسبة للعمر إن النسبة الأعلى لأفراد عينة الدراسة تتركز أعمارهم في الفئة العمرية(26-33 سنة) (33,33%)، تليها في الترتيب الفئة العمرية (19-25 سنة)إذ بلغت نسبتهم(30%)، ثم الفئة العمرية(أقل من 18سنة)بنسبة (21,32%) ثم باقي الفئات العمرية الأخرى.

وبالربط بين متغير العمر والتعرض للفضائيات العربية تقاربت الفئتان العمريتان(26-33 سنة) (19-25سنة) من حيث التعرض الفضائيات العربية بشكل دائم ومكثف بنسبة (22%) و(16%)و في المقابل نجد أن الفئة العمرية (أقل من 17 سنة) تشاهد الفضائيات العربية بصفة غير منتظمة حيث بلغت نسبتهم (14%)ثم باقي الفئات العمرية الأخرى نجد مشاهدتها غير منتظمة و(نادرا).

يمكن تفسير النسبة العالية للتعرض الدائم للفضائيات العربية داخل الفئتين العمريتين(26-33سنة)(19-25سنة)إلى أن هذه الفئة من النساء لديها الوقت الكافي لمشاهدة برامج الفضائيات العربية كونها ماكثة في البيت وتنتمي إلى فئة الشباب، كما تعكس نسبة ممن يشاهدون أحيانا في الفئة العمرية (أقل من 17 سنة) عن وجود نوعا من الانتظام للمشاهدة كون أن هذه الفئة تدرس لا تجد

الوقت للمشاهدة إلا في أوات معينة مساء أو في آخر الأسبوع. مما يفسر لنا أن هناك تنوعا في الفئات العمرية التي تتعرض للفضائيات العربية، وهذا مؤشرا هاما عن تأثير البث الفضائي العربي على منظومة قيم المرأة الريفية على اعتبار أن قيمتي العمل والوقت لدي المرأة في الريف مقدسة بين العمل البيتي، ومساعدة الزوج في تقاسم الأدوار وتربية الأبناء وتنشئتهم على قيم الريفية. أما في السنوات الأخيرة وبدخول التلفزيون إلى البيوت الريفية أصبحت المرأة تخصص الوقت الكافي لمشاهدة البرامج و المسلسلات وتتشرب أنماط ثقافية واجتماعية وقيمية دخيلة على العائلة الريفية ظهر من خلال أنماطها السلوكية اليومية، مما يؤكد على أن التلفزيون كمؤسسة اجتماعية ينافس الأسر في كثير من الأدوار و الوظائف لما يمتلك من قوة تأثير على المشاهد واتجاهاته وميولاته.

و في هذا الإطار الخاص بدور التلفزيون في تشكيل بعض القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية،حيث توصلت دراسة إلى نتيجة هامة مفادها أن ربات البيوت في الريف تشاهد التلفزيون في كثير من الأحيان مع الجيران (جماعة)، كما أن تلك الساعات التي كانت تقضيها الأسر الريفية في تبادل الخبرات والأفكار الحرفية تبددت وأصبحت ساعات الذروة للتلفزيون، والأهم من ذلك أن القيم التقليدية التي تغرسها الأسرة في الأفراد بدأت في التراجع لتحل محلها قيم التلفزيون مشتقة من الأفلام.

الجدول رقم (6):يبين توزيع أفراد عينة الدراسة بحسب العمر والمفاضلة في القنوات الفضائية العربية:

القنوات الفضائية العربية / العمر	بوليود mbc		دراما mbc		Mbc4		2M		زي ألوان		شروق tv		Mbc1		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أقل من 18 سنة	10	6.66	-	-	19	12.67	-	-	03	02	-	-	-	-	32	21.33
19–25 سنة	02	1.33	09	06	-	-	-	-	-	-	-	-	34	22.66	45	29.99
26–33 سنة	-	-	17	11.33	-	-	-	-	-	-	06	04	27	18	50	33.33
34–41 سنة	-	-	-	-	-	-	12	08	-	-	-	-	06	04	18	12
42–49 سنة	-	-	-	-	-	-	05	3.33	-	-	-	-	-	-	05	3.33
50 فأكثر	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
المجموع	12	7.9	26	17.33	19	12.67	17	11.33	03	02	06	04	67	44.66	150	100

يقدم هذا الجدول تفسيرا و تدعيما للجدول السابق، إذ يكشف عما إذا كانت هناك علاقة بين متغير العمر والقنوات الفضائية المفضلة لدى أفراد عينة الدراسة من خلال الكشف عن القناة الفضائية العربية المفضلة لدى المبحوثات. فبالنسبة للفضائيات العربية المفضلة نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يفضلون مشاهدة مجموعة الشرق الأوسط mbc بنسب متفاوتة تتقدمهم قناة mbc1 بنسبة (44,66%) تليها القناة الفضائية العربية (mbc دراما) بنسبة (17,33 %) ثم mbc4 (12,67%) ثم نجد القناة العربية M2و ذلك بنسبة بلغت(11.33%) كما يلاحظ وجود نسبة ضئيلة ممن يشاهدون القنوات الفضائية الجزائرية شروق TVحيث بلغت نسبتهم (04%) ثم نجد باقي القنوات الفضائية العربية الأخرى

بالنسبة للفئات العمرية نلاحظ من خلال الجدول ارتفاع نسبة المشاهدة داخل الفئة العمرية (26-33سنة) إذ بلغت نسبتهم (33.33%) تليها الفئة العمرية (19-25 سنة)بنسبة (29.99%)، ثم الفئة العمرية (أقل من17 سنة) إذ بلغت نسبتهم (21.33%) ثم باقي الفئات العمرية الأخرى.

بالربط بين المتغيرين نجد أن الفئات العمرية (19-25 سنة)و(26-33 سنة)هي الأكثر تفضيلا لقناة mbc1 بنسب متقاربة (21.33%)، (18%). تليها في الترتيب الفئة العمرية(أقل من 17 سنة) تفضلmbc4 بنسبة مقدرة ب(12,67%) فيما نجد أن الفئة العمرية (34-41 سنة)(42-49 سنة) تفضل مشاهدة قناة M2 ثم باقي الفئات العمرية الأخرى.

ما يمكننا استنتاجه من خلال ما سبق أن أغلبية الفئات العمرية تفضل قنوات mbc(mb1،mbc4،mbc**دراما**)، هذا ما أكدته الدراسة التحليلية تعتبر مجموعة الشرق الأوسط mbc أول مشروع تلفزيوني فضائي عربي خاص ينطلق عبر الأقمار الصناعية يمتلكها السعودي وليد إبراهيم. وفي تحقيق أعدته كل من" اثيلستون ومارتا و ينجر" بعنوان (من يمتلك المعلومة)عرضتا فيه قائمة أسماء الشركات والأفراد الذين يملكون ويسيطرون على أكبر الشركات التلفزيونية التي تأثر على الرأي العام وتشكله في البلدان العربية ... و طرح سؤال ماذا عن العالم العربي ؟ من الذي يملك

ويهيمن على أجهزة الإعلام ويضع سياستها وخصوصا شبكات التلفزيون التي تشكل و توجه الوعي والرأي العام العربي ؟ أي قيم وأفكار ثقافية تروج لها هذه الأجهزة؟ الإجابة كانت أنه ربما نجد تفسيرا لهذه الظاهرة في أن الدولة ذاتها في معظم هذه البلدان تحكمها أسر وعائلات مالكة حيث تُحكم في غالبيتها من قبل شبكات عائلية تلتف حول الدولة"[1]. وأكد التقرير السنوي للبث الفضائي 2011-2012 للجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية على لسان الدكتور إبراهيم بعزيز "من المؤكد أن الطفرة الحاصلة في المنظومة الإعلامية العربية من خلال التوسع الهائل للبث الفضائي وتعدد الفضائيات، وتنوع أدائها وبرامجها، لا يعني بالضرورة أنها طفرة إعلامية معرفية تحقق ما يحتاجه الواقع العربي من توازن بين التقدم التكنولوجي والقيم الأخلاقية، بين وجوده الداخلي والمرتكز على ثوابته وحضوره الخارجي الباعث للتفاعل الحضاري...[2].

---

[1] بيير بورديو ،التلفزيون و آليات التلاعب بالعقول،مرجع سابق، ص28.

[2] اللجنة العليا للتنسيق بين القوات الفضائية العربية ،البث الفضائي العربي ، التقرير السنوي 2012-2013، إصدار إتحاد إذاعات الدول العربية، ص111.

الجدول رقم (7):يبين توزيع عينة الدراسة بحسب العمر ونوع البرامج :

نوع البرامج / العمر	أفلام		مسلسلات		موسيقى		طبخ		رياضة		حصص دينية		أخرى		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أقل من 17 سنة	11	7,33	13	8,66	08	5,33									32	21,32
25-19 سنة	02	1,33	27	18	16	10,66									45	29,99
33-26 سنة	05	3,33	37	24,66			06	04					02	1,33	50	33,32
41-34 سنة	05	3,33	03	02			09	06			01	0,66			18	11,99
49-42 سنة			02	1,33			03	02							05	5,33
50 فأكثر																
المجموع	23	15,32	82	54,65	24	15,99	18	12			01	0,66	02	1,33	150	100

كشفت بيانات الجدول السابق عن العلاقة بين متغير العمر والمفاضلة في القنوات الفضائيات العربية، ومن خلال هذا الجدول أردنا التعرف على توجه المرأة الريفية حول نوع البرامج وعلاقته بالعمر لتقديم رؤية واضحة عن البرامج المفضلة، والأكثر متابعة لدى المرأة الريفية الجزائرية عينة الدراسة من حيث نوع البرنامج .

إن النسبة الأعلى لأفراد عينة الدراسة تفضل المسلسلات وذلك بنسبة بلغت(54,65%) تليها في الترتيب الموسيقى والأفلام بنسب متقاربة (15.99%)و(15.32%)، ثم برامج الطبخ بنسبة (12%) بأقل نسبة ثم باقي البرامج الأخرى بنسب متفاوتة .وبحسب متغير العمر إن النسبة الأعلى لأفراد عينة الدراسة تتركز أعمارهم في الفئة العمرية (26-33سنة) و ذلك بنسبة بلغت (33.32%) تليها الفئة العمرية (19-25سنة) بنسبة (29.32%) ثم الفئة العمرية (أقل من 17 سنة) ثم باقي الفئات الأخرى.

وبتحليل العلاقة بين متغير العمر ونوع البرنامج المفضل، نجد أن المسلسلات تتصدر اهتمامات المبحوثات اللائي ينتمين إلى الفئة العمرية (26-33سنة)(19-25سنة) بنسب متقاربة (24.66%) (18%)تليها في الترتيب البرامج الموسيقية التي تلقى اهتمام داخل الفئة العمرية (19-5سنة) بنسبة (10.66%)، أما فيما يخص البرامج الأخرى فتنوعت درجة الاهتمام بين الأفلام والطبخ وأخرى والبرامج الدينية.

من خلا ما سبق يلاحظ ارتفاع نسبة المشاهدة للبرامج الدرامية منها المسلسلات التي احتلت المرتبة الأولى، ويعود هذا إلى التغيرات التي شهدها العام في النصف الثاني من القرن العشرين قفزة هائلة في مجال الأقمار الصناعية بشكل خاص، فانتشرت الأطباق الهوائية التي تتيح مشاهدة عشرات القنوات التلفزيونية الفضائية مباشرة وفي أماكن مختلفة ودخولها الأرياف والقرى، هذه المسلسلات التي لا تخلو العديد من القنوات الفضائيات العربية من عرضها وبلهجات مختلفة وبساعات طويلة نظرا لقدرتها على جذب فئات وشرائح كثيرة من المجتمع لما تحويه من موضوعات وقضايا تأثر في اتجاهات الأفراد ومواقفهم .

بينما تحتل الموسيقى والأفلام المرتبة الثانية، ويعود هذا إلى ظهور عدد لا محدود من القنوات الفضائية المتخصصة والربحية، وحسب التقرير السنوي لبث الفضائي العربي2014 ..تأتي القنوات الغنائية في المرتبة الرابعة بعد الأفلام والمسلسلات ب124 قناة غنائية و152 قناة للأفلام [1]. بالتالي نلاحظ أن أذواق عينة الدراسة تقترب من حيث التفضيل لنوع البرنامج لكن نسب التفضيل تختلف حسب الفئات العمرية .

الجدول رقم (8):يبين العلاقة بين متغير العمر ومتابعة المسلسلات الأجنبية المدبلجة

المشاهدة / العمر	دائما		أحيانا		نادرا		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أقل من 17 سنة	27	18			05	3,33	32	21,33
19–25 سنة	15	10	19	12,67	11	7,33	45	30
26–33 سنة	44	29,33	06	04			50	33,33
34–41 سنة			04	2,67	14	9,33	18	12
42–49 سنة					05	3,33	05	3,33
50 فأكثر								
المجموع	86	57,33	29	19,34	35	23,32	150	100

إذا كانت الجداول السابقة (5) (6) (7)تؤكد على تفضيل عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية لمجموعة mbcكأفضل مجموعة كما جاءت المسلسلات من بين أفضل البرامج التي تلقى اهتمام لدى المبحوثات، فإن بيانات الجدول(8)يكشف عن طبيعة مشاهدة المسلسلات المدبلجة وعلاقتها بالعمر لتحديد الفئات العمرية الأكثر إقبالا على متابعة هذا النوع من المسلسلات الذي

[1] للجنة العليا للتنسيق بين القوات الفضائية العربية ،البث الفضائي العربي –التقرير السنوي 2014،إصدار إتحاد إذاعات الدول العربية ،ص15.

أصبح يمثل تهديدا حقيقيا على مجتمعنا الريفي، وتعتبر المرأة فيه فاعلا محوريا داخل النسق القرابي الأسري. وحسب بيانات الجدول و بالنسبة لطبيعة المشاهدة للمسلسلات المدبلجة يلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يداومون على متابعة المسلسلات المدبلجة ،إذ بلغت نسبتهم (57.33%) يليهم في الترتيب ممن يتابعون (نادرا) وبلغت نسبتهم (23.32%) ثم ممن كانت متابعتهم غير منتظمة (أحيانا) بنسبة (19.34%). بالنسبة للعمر يلاحظ ارتفاع نسبة المشاهدة داخل الفئتين العمريتين (26-33سنة) (19-25 سنة)وبنسب متقاربة (33.33%) (30%)تليها الفئة العمرية (أقل من 17 سنة) بنسبة (21.33%)،في حين جاءت النسبة القليلة للفئات العمرية (34-41سنة) (42-49 سنة) بنسبة (12%) (3.33%).

من خلال ما سبق يظهر لنا ارتفاع نسبة المداومة على متابعة المسلسلات المدبلجة داخل الفئة العمرية (26-33 سنة)بنسبة بلغت (29.33%) والفئة العمرية (أقل من 17 سنة) بنسبة (18%)، في حين جاءت المتابعة غير المنتظمة في الفئة العمرية(19-25 سنة)بنسبة (12.67%) وتقل المتابعة في الفئات العمرية (34-41 سنة)(إذ بلغت نسبتهم (3.33%).

(عن التلفزيون)كتاب بيير بورديو" الذي يحلل فيه حالة الميديا، ويسعى إلى إظهار تأثيرات شاشة التلفزيون وما تنتجه من برامج وصور بعيدة عن أي موضوعية، و رؤية لعالم غير محايدة سياسيا يقول أن "القنوات التلفزيونية و بشكل خاص الفضائية منها لم تعد مجرد قنوات تقدم برامجها للتسلية أو التثقيف (حتى وإن كانت برامجها تتضمن ذلك)،إنما هي كما يؤكد على ذلك بيير بورديو أصبحت أدوات الضبط والتحكم السياسي والاجتماعي في المجتمعات الراهنة، و هي وفقا للمصطلح الذي يستخدمه بورديو عبارة عن أدوات (العنف الرمزي) الذي تمارسه الطبقات الاجتماعية التي تهيمن و تسير هذه الأدوات ...ولايقتصر الدور الخطير الذي يلعبه التلفزيون على التأثير المباشر على المشاهدين، ولكن هذا التأثير يمتد كما يوضح بيير بوردي وإلى مجالات الإنتاج الثقافي الأخرى وهو ما ينبه إلى خطورته بشكل خاص "[1].

[1] بييربورديو ،التلفزيون و آليات التلاعب بالعقول ،مرجع سابق،2004،ص23.

الجدول رقم (9):يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع المسلسل:

نوع المسلسل	التكرار	النسبة المئوية
مسلسلات مصرية	08	5,33
سورية	17	11,33
خليجية		
تركية	92	61,33
هندية	30	20
كورية	03	02
مكسيكية	-	-
مغربية	-	-
جزائرية	-	-
المجموع	150	100

توزعت إجابات المبحوثات بشأن التساؤل المتعلق بمدى تفضيل المرأة الريفية عينة الدراسة للمسلسلات حسب منشأها، حيث احتلت المسلسلات التركية المرتبة الأولى بين مستويات التفضيل بنسبة بلغت (61,33%)، فيما جاءت المسلسلات الهندية في المرتبة الثانية بنسبة (20%)، أما المسلسلات السورية فقد احتلت المرتبة الثالثة بنسبة تقدر (11,33%)، تليها المسلسلات المصرية بنسبة (5,33%) والكورية ب(02 %)، أما باقي المسلسلات فلم تسجل أي نسبة.

من خلال ما سبق يتبين لنا أن المسلسلات التركية احتلت المركز الأول في مستوى تفضيلها لدى المبحوثات، وباتت تفضلها المرأة على الدراما المحلية وهو مؤشر هام على تفوق الدراما التركية وقدرتها على اجتذاب المرأة الريفية لها.وذلك لعدة أسباب منها التقارب في بعض الأنماط الثقافية البيئة الإسلامية كما تركز هذه المسلسلات على عوامل الإبهار والإثارة، كجمالية المكان والأشخاص والطبيعة والعلاقات الرومانسية. تتفق هذه الدراسة مع كثير من الدراسات التي أشارت إلى احتلال

المسلسلات التركية موقع متميز من حيث متابعة الجمهور لها منها دراسة (عبير أرشيد الخالدي) حول "اتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية دراسة ميدانية. أرجعت أسباب التأثير إلى أن الفراغ العاطفي هو العامل الأول في تأثير المسلسلات التركية المدبلجة ،كما بينت الدراسة أن غياب الرقابة الأسرية عامل آخر في التأثير بهذا النوع من المسلسلات.كما توصلت نتائج دراسة(عبد المجيد دياب ،وسام فاضل راضي) حول" التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة و رأي الجمهور بالمحتوى القيمي " أن الرغبة العالية بين أوساط المراهقين للتعرض للمسلسلات الدرامية بشكل عام قياسا بالأنماط الأخرى من البرامج، مع التأكد على أن معدلات الاهتمام والرغبة ارتفعت كثيرا في المسلسلات التركية مقابل اهتمام أدنى بالمسلسلات المصرية ثم السورية ثم العراقية.

الجدول رقم (10):يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب أسباب تفضيل للمسلسلات الأجنبية المدبلجة:

أسباب التفضيل	التكرار	النسبة المئوية
الإعجاب بموضوع القصة	18	12
الترويج والتسلية	02	1,33
الإعجاب بأبطال المسلسل	101	67,33
المتعة والإثارة	20	13,33
المناظر الطبيعية	07	4,67
أخرى	02	1,33
المجموع	**150**	**100**

توضح بيانات الجدول (10)أن أكثر الأسباب التي تدفع أفراد عينة الدراسة إلى متابعة المسلسلات المدبلجة هي الإعجاب بأبطال المسلسل،إذ حصل هذا السبب على المرتبة الأولى من دوافع التفضيل وذلك بنسبة بلغت (67,33%)حيث تتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الباحثة في الدراسة التحليلية لصورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية حسب توزيع الشخصيات من حيث النوع والدور، فمثلت الفئات النسائية (بطلات المسلسل) أكبر نسبة، كما جاءت إجابات

المبحوثات عند الحديث عن إسم المسلسل فأفراد عينة الدراسة لا يعرفن اسم المسلسل، وإنما بطلة المسلسل دلالة على إعجاب المبحوثات بشخصيات المسلسل بالدرجة الأولى. جاءت المتعة والإثارة في المرتبة الثانية من حيث أسباب التفضيل، التي تدفع المبحوثات إلى مشاهدة لمسلسلات المدبلجة على الفضائيات العربية إذ حصل هذا السبب على نسبة من مجموع الإجابات بلغت(13.33%) تتقارب معها الإعجاب بموضوع القصة بنسبة (12%).كما جاءت المناظر الطبيعية في المرتبة الرابعة بنسبة(4.67%)، وفي الأخير تتفق التسلية والترويح وأسباب أخرى حيث بلغت نسبة(1.33%) من أسباب تفضيل المسلسلات في الفضائيات العربية.

يستخلص من أسباب ودوافع تفضيل المسلسلات المدبلجة في الفضائيات العربية يرتبط بالدوافع النفسية، والاجتماعية والمعرفية، وقد تفسر هذه النتيجة في ضوء الانتقادات التي وجهت إلى القنوات الفضائية العربية في تراجع تغطيتها للمسلسلات العربية المحلية. نجد أن هناك مفارقة بحيث جاءت أسباب التفضيل للمسلسلات المدبلجة، لم تنحصر في الترفيه والتسلية كما هو مفروض. لم يعد التلفزيون مجرد وسيلة للترويح والترفيه والتسلية من خلال برامجه المتنوعة، بل تعدى ذلك ليتحول إلى أداة فاعلة لإحداث تغيير مقصود في المجتمع،أصبح قادرا على البناء و الهدم للقيم و زعزعتها وذلك وفق مصدر الرسالة والمضمون الذي تحمله سلبيا أو إيجابيا كما أن هذه المسلسلات تحمل في طياتها غزوا ثقافي مخططا بضرب الهوية المحلية بعيدا عن الترفيه والتسلية.

الجدول رقم (11):ذكر أهم المسلسلات

أهم المسلسلات	التكرار	النسبة المئوية
العشق الأسود	09	06
سنوات الضياع	21	14
نور	07	4,66
لحظة وداع	01	0,66
حريم السلطان	32	21,33
نساء حائرات	18	12
سنوات الصفصاف	08	5,33
لغز الماضي	14	9,33
أنت جميلة	01	0,66
من النظرة الثانية	12	08
عشرون دقيقة	01	0,66
حكاية حب	04	2,66
ليث ونور	03	02
فاطمة	06	04
العشق الممنوع	13	8,66
المجموع	**150**	**100**

يوضح الجدول أعلاه أهم المسلسلات المدبلجة التي يتابعها أفراد عينة الدراسة، فتصدرت المسلسلات التركية المراكز الأولى بنسب متفاوتة جاء "مسلسل حريم السلطان "بأعلى بنسبة (21.33%)، يليه مسلسل "سنوات الضياع" بنسبة (14%) ونساء حائرات(12%) ثم "لغز

الماضي" بنسبة بلغت(9.33%). أما المسلسلات الهندية جاءت في المركز الثاني إذ بلغت نسبة (8%) لمسلسل "من النظرة الثانية" ثم باقي المسلسلات الأخرى. وذلك يتضح أن المسلسلات التركية أضحت ظاهرة القنوات الفضائية العربية وهذا مقارنة بالمسلسلات الأخرى.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج دراسة راضيا حميدة حول" المسلسلات المدبلجة وتأثيرها على قيم وسلوك الجمهور الجزائري" مما يوضح أهمية نظرية الغرس الثقافي جاءت أفكارها تؤكد أن التلفزيون له تأثير على إدراك الأفراد والجماعات في رسم صورة العالم الخارجي، وأن المسلسل التلفزيوني المدبلج يصور العديد من المواقف وفي غالب الأحيان يعكس ما لا يتعرض له الفرد في حياته اليومية، وبناء على فروض نظرية الغرس الثقافي فإن التعرض المستمر والدائم يساعد الفرد في تكوين آرائه واتجاهاته، إضافة إلى أن هذه المسلسلات تقدم أشكال من الصور المادية من خلال الصورة الجذابة المزينة والمصطنعة بأسلوب مشوق .إن مسح رأي الجمهور الجزائري حول المسلسلات المدبلجة كشف عدة تأثيرات ظاهرة، وأخرى ضمنية تمارسها هذه المضامين على اتجاهات وقيم الجمهور الجزائري على المستوى النفسي والسلوكي، على حد سواء من خلال إشاعة قيم الاستهلاك، وتشجيع الهروب والانفلات من الواقع من خلال منح المشاهد بديلا عن واقعه يروح عن مشاكله، باستهلاك تجارب الآخرين الأمر الذي يساهم في بروز مفهوم (التغريب) وتجلى ظاهرة الإغتراب الثقافي والقيمي مما يساهم خلق التحرر من قيود العادات والتقاليد والقيم السائدة في المجتمع الجزائري. مع بروز منظومة لغوية جديدة في أوساط المجتمع الريفي كتسمية الأبناء بأسماء أبطال المسلسلات، والتأثر بالأغاني التركية واللباس، ما هو إلا مؤشر دال على أن المسلسلات المدبلجة تركز على الجوانب العاطفية والمادية والخيال هذه العناصر الثلاثة مجتمعة تمثل معادلة الجذب والإستمالة.

الجدول رقم (12):المداومة على مشاهدة المسلسلات المدبلجة

المداومة على مشاهدة المسلسلات المدبلجة / العمر	دائما		أحيانا		نادرا		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أقل من 18 سنة	17	11,33	15	10			32	21,33
19-25 سنة	05	3,33	29	19,33	11	7,33	45	29,99
26-33 سنة	37	24,66	10	6,66	03	02	50	31,52
34-41 سنة	02	1,33	16	10,66			18	11,99
42-49 سنة			05	3,33			05	3,33
50 فأكثر								
المجموع	61	40,65	75	49,98	14	9,33	150	100

يبين الجدول(12) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر وانتظام المداومة على متابعة المسلسلات المدبلجة، وما يمكن ملاحظته من حيث متغير العمر ارتفاع نسبة المداومة على مشاهدة المسلسلات المدبلجة داخل الفئتين العمريتين (26-33سنة) و(19-25سنة). حيث بلغت نسبتهما ب (31,52%)و(29,99%) من إجمالي عينة الدراسة، تليها الفئة العمرية (أقل من17سنة)إذ بلغت نسبتهم (21,33%)ثم الفئة العمرية (34-41سنة)بنسبة بلغت (11,99%) أما أقل نسبة مثلتها الفئة العمرية (42-49سنة)بنسبة (3,33%).وبحسب المداومة على مشاهدة المسلسلات المدبلجة، فإن أعلى نسبة جاءت لمن يداومون بصفة غير منتظمة (أحيانا)بنسبة بلغت (49,98%) تليها المداومة المكثفة والمنتظمة لهذا النوع من المسلسلات إذ بلغت نسبتهم(40,65%). لتبقى النسبة الأقل لمن جاءت مداومتهم إلا نادرا حيث بلغت نسبتهم (9,33%).

بمقارنة متغير العمر مع المداومة على متابعة المسلسلات المدبلجة، نجد أن الفئة العمرية(26-33سنة)هي التي تداوم وباستمرار على المتابعة أكثر من الفئات الأخرى حيث بلغت

نسبتها (24.66%) تليهاالفئة العمرية(19-25سنة)جاءت مداومتها غير منتظمة (أحيانا) بنسبة بلغت (19.33%) .

وبالقراءة التحليلية للبيانات الجدول رقم (12) والتي يتضح علاقته بالجدول رقم (8) والذي يبين أن أفراد عينة الدراسة تهتم بمشاهدة المسلسلات المدبلجة وخاصة في الفئة العمرية(26-33سنة) و هذا ما أكدته نتائج الجدول (12) ارتفاع نسبة المداومة على متابعة هذه الدراما الأجنبية المدبلجة لنفس الفئة، و هذه النتيجة تتفق مع ما توصلت إليه دراسة عبد الله حسين الصفار حول "إتجاهات الطلبة الجامعين نحو الدراما المدبلجة في القنوات العربية "حيث بيَّنت النتاج الخاصة بفئات مستويات المشاهدة للمسلسلات الأجنبية المدبلجة، أن الذين يشاهدون دائما المسلسلات المدبلجة بنسبة (15%)مقابل (84.8%) ممن يشاهدون أحيانا، وهذا يعني أن هناك نسبة تحرص على متابعة المسلسلات الأجنبية المدبلجة كما يوجد نسبة لا بأس بها لا تمانع في مشاهدتها، وهي النسبة الأكبر ويعتقد المفكر الفرنسي ما بعد الحداثي (جان بودريار)أن وسائل الإعلام الحديثة تختلف اختلافا بيِّنًا في آثارها و عمقها و مفعولها عن أي منتجات تقانية أخرى لقد أدت وسائل الإعلام و لاسيما الإلكترونية منها التلفاز إلى تحولات عميقة في طبيعة حياتنا، إن التلفاز لا "يعرض لنا العالم "أو يعكسه أو يمثله بل أصبح بصورة متزايدة "يحدد" ويعيد تعريف ماهية العالم الذي نعيش فيه، إن نظرة سريعة إلى الوقائع التي ينقلها التلفاز للافراد والمجتمعات في جميع أنحاء العالم ستؤكد لنا ما يسميه بودريار "العالم الواقعي المفرط "فالعالم الواقعي لم يعد موجودا بالفعل بل إستُعيض عنه بما نشاهده على شاشات التلفاز من مشاهد و صور...و يلخص بودريار في نظريته هذه إلى أن وسائل الاتصال الجماهيرية في حياتنا في كل مكان إنما يخلق "عالما من الواقع المفرط "يتكون من اختلاط أنماط السلوك البشري من جهة و الصور الإعلامية من جهة أخرى[1].

[1] أنتوني غدنز بمساعدة كارين بيردسال ،علم الاجتماع مع مدخلات عربية ،ترجمة فايز الصباغ ،المنظمة العربية للترجمة و مؤسسة ترجمان (عمان) ،ط1،2001،ص512.

الجدول رقم (13):يبين توزيع عينة الدراسة بحسب أهم الموضوعات والقضايا التي تناولتها المسلسلات المدبلجة:

الموضوعات	التكرار	النسبة المئوية
الثأر (الإنتقام)	14	9,33
الحب	49	32,67
الخيانة	10	6,67
الشرق	12	08
الزواج	55	36,67
السياسة	02	1,33
المال	08	5,33
أخرى حدد		
المجموع	**150**	**100**

يظهر الجدول (13)أن أكثر الموضوعات والقضايا التي تناولتها المسلسلات المدبلجة جاء موضوع (الزواج)بأعلى نسبة (36,67%) يليها في الترتيب قضايا الحب بنسبة بلغت (32,67%) ثم قضايا الثأر(الانتقام)والشرف بنسب متقاربة بنسبة (9,33%) و(08%) ثم باقي القضايا الأخرى إن هذا الإنتشار السريع الرواج الكبير لهذا النوع من الدراما الأجنبية المدبلجة التي استقطبت الجماهير الواسعة ومن الشرائح والفئات المختلفة، فرضت نفسها على قنواتنا الفضائية العربية والتي باتت تحتل حيزا واسعا من اهتمام المرأة الريفية الجزائرية إلى حد تفضيلها على الدراما المحلية لما تقدمه من ضامين تركز على عوامل الإبهار والإثارة، كجمالية المكان والأشخاص والطبيعة والعلاقات الرومانسية مما دعا الباحثة إلى متابعة عينة من النماذج الدرامية المدبلجة متابعة بحثية موضوعية جادة، من خلال تحليل مضمون عينة من المسلسلات المدبلجة (التركية والهندية والكورية)

فبين الجدول (2) أن هذه الدراما تنتهج سياسة التنويع والشمولية من خلال مواضيع والقضايا (الاجتماعية، الرومانسية، السياسية الكوميدية ،الجريمة...)التي تطرحها لجذب أكبر عدد من الفئات العمرية والشرائح المجتمعية. وفي هذا السياق ناقشت سعد كاظم عطية موضوع" أثر مشاهدة المسلسلات التركية على جرائم الأحداث –دراسة ميداية– توصل إلى نتيجة مفادها أن قيم الانتقام تحتل المركز الأول في هذه المسلسلات المدبلجة بنسبة بلغت (92%) تليها قيم الجنس والخيانة في الترتيب الثاني وكشف على أن روح الانتقام الذي تضمنتها مشاهدة المسلسلات المدبلجة لها الأثر الأكبر في تقمص شخصية الأبطال وارتكاب الجرائم بالأسلوب نفسه[1]. و في حديث لمجلة العرب أثار الخبير النفساني التركي (صبري يورداكول) بعض النقاط حول جدل العلاقة بين معدل المتابعة والمضمون الدرامي يرى " أن النساء اللائي يشاهدن كل مساء الدراما المدبلجة التي تعرض على العديد من القنوات الفضائية. فإن النقطة المشتركة بين هذه المسلسلات هو نمط الحياة المتميز والعلاقات المعقدة والمختلفة و ممثلات الحسنوات وكلها عوامل أسهمت جميعها في تغيير نظرة المرأة للحياة. فيقوم المشاهد بمقارنة نفسه بها وفي هذا الأثناء ينفر من نمط حياته ويتبنى تلك الأعمال الدرامية التي تجعله يربط هؤلاء الشخصيات الدرامية بالأدوار التي يقوم بها في حياته" [2].

[1] سعد كاظم عطية ، اثر مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة على جرائم الاحداث– دراسة ميدانية – ، مجلة العلوم الانسانية ، جامعة بابل، المجلد 23، العدد3، سنة 2010.

[2] مجلة العرب، المسلسلات التركية تؤثر على الاستقرار الاجتماعي للمرأة العربية ،العدد 38،سنة 2016 ،ص5.

الجدول رقم (14):يبين توزيع إجابات عينة الدراسة بحسب أيام التي تزداد فيها مشاهدة المسلسلات الأجنبية المدبلجة

أيام المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
الجمعة	01	0,66
الخميس	03	02
كل أيام الأسبوع	115	76,67
حسب الظروف	25	16,67
الأربعاء	26	04
المجموع	**150**	**100**

يبين الجدول (14) الأيام المفضلة لمشاهدة المسلسلات المدبلجة على الفضائيات العربية لدى عينة الدراسة، وتشير بيانات الجدول أن (76,67%) من إجمالي عينة الدراسة يشاهدون كل أيام الأسبوع، تليهم ممن يشاهدون بحسب الظروف حيث بلغت نسبتهم (16,67%)، ثم ممن يشاهدون يومي الأربعاء والخميس بنسب متقاربة (04%) و (2%)،في حين تقل المشاهدة يوم الجمعة بنسبة (0.66%).توضح بيانات الجدول أعلاه أن أكثر الأيام تفضيلا لدى عينة الدراسة لمشاهدة المسلسلات المدبلجة على الفضائيات العربية هي كل أيام الأسبوع، كما تقل المشاهدة في آخر الأسبوع أي يومي الأربعاء و الخميس .

يمكن تفسير النسبة العالية للمشاهدة في كل أيام الأسبوع، إلى أنه يوجد نوع من الانتظام والمداومة على متابعة المسلسلات المدبلجة في الفضائيات العربية إلى حد الإدمان، ومرد ذلك إلى عرضها يوميا مع الإعادة، وهذا ما يبرر انخفاظ المشاهدة في يوم الجمعة. كما يمكن تفسير المشاهدة بحسب الظروف إلى أن هذه الفئة ليست لدها فترات منتظمة للمشاهدة، بحكم ارتباطها بأسرتها والأعمال التي تتقاسمها مع زوجها فدور المرأة الريفية من الأدوار الرئيسية التي تأثر في نمو المجتمع

وتطوره من خلال عملها في البيت وخارجه حيث تظهر مؤشرات وسائل إدماج المرأة و مشاركتها في عملية التنمية التي إنتهجتها الجزائر من خلال وزارة الفلاحة والتنمية الريفية.

الجدول رقم (15):يبين توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة بحسب أكثر أوقات متابعة المسلسلات الأجنبية المدبلجة على الفضائيات العربية:

أوقات المتابعة	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	-	-
بعد الظهيرة	67	44,67
مساءا	23	15,33
ليلا (السهرة)	05	3,33
في أوقات الفراغ	55	36,67
المجموع	150	100

يظهر الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر كانت للذين يفضلون متابعة المسلسلات المدبلجة بعد الظهيرة ، وذلك بنسبة (44,67%) هذا ما يفسره تزامن هذه الفترة مع أوقات فراغ المرأة الريفية من أعمالها البيتية وأخرى. تليها المتابعة في أوقات الفراغ وذلك بنسبة بلغت(36.67%)، ثم الفترة المسائية سجلت بنسبة بلغت(15.33%) وهذه النتيجة تتوافق مع نتائج الدراسة التحليلية من خلال الجدول (3) الذي يبين توزيع المسلسلات المدبلجة حسب فترة البث و الإعادة، والتي أظهرت أن جل المسلسلات تعرض في فترة بعد الظهيرة والفترة المسائية، أما الإعادة فتكون في اليوم التالي في الفترة الصباحية كما وضحت إجابات المبحوثات انخفاض نسبة المتابعة ليلا ب(3.33%) لأن في هذه الفترة تجتمع الأسرة على شاشة التلفزيون لمشاهدة الأخبار والبرامج الرياضية وبرامج أخرى وهي

عادة مترسخة في المجتمع الجزائري تتناقش فيها الأسرة حول مسائل أو قرارات تخص العائلة. أما الفترة الصباحية فلم تسجل أي نسبة وقد يرجع ذلك إلى انشغال المرأة بأعمالها المنزلية وتربية الأبناء واهتمامها بمأكلهم ومشربهم والعناية بالزوج ومتطلباته ومساعدته في أعماله .

الجدول رقم (16):يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب معدل التعرض للمسلسلات المدبلجة الفضائيات العربية:

ساعات المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعة	49	32,67
1سا / 2 سا	97	64,66
3سا / 4 سا	04	2,67
5 سا فما فوق		
المجموع	150	100

يبدو من خلال بيانات الجدول رقم (16) أن معرفة الحجم الساعي الذي تستغرقه المبحوثات في عملية مشاهدة المسلسلات المدبلجة مؤشر هام عن معرفة مدة التعرض للمسلسلات المدبلجة وتأثيره على منظومة القيم لدى المرأة الريفية محل الدراسة :قيمة الحياءو قيمة القرابة و قيمة العمل وقيمة المال. والواقع هو أن نسق القيم في كل مرحلة مرتبط ارتباطا وثيقا بنائيا ووظيفيا بالأنساق الأخرى، ولذلك فإن كل تغيير في هذه الأنساق يؤدي إلى تغيير مصاحب للقيم لأنها في جوهرها عبارة عن (اديولوجيا) تصور استقرار النظام و توازنه على نحو معين، فعمل الأنساق القيمية الفرعية يكمن في تحقيق التوازن مع باقي الأنساق الأخرى، مما يستوجب الكشف عن تأثيرات التعرض الدائم والمتكرر على النسق القيمي وهل تغيرت قيم المرأة أم بقيت ثابتة كما صورها لها المجتمع الريفي؟

يتضح أن أغلبية المبحوثات يقضون من (1سا/ 2سا) لمشاهدة المسلسلات المدبلجة بمعدل مسلسلين في اليوم بنسبة (64,66%)، تليها نسبة (32,67%) ممن يقضون (أقل من ساعة)أما من يقضون من (3سا/ 4سا) فقدرت نسبتهم (2,67%)، كما لم نسجل أي نسبة ممن يقضون من (5سا فما فوق).

الجدول رقم (17): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مشاهدة المسلسل عند إعادته

إعادة مشاهدة المسلسل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	78	52
لا	72	48
المجموع	150	100

إذا كان الجدول السابق (16) يكشف عن مدة التعرض للمسلسلات المدبلجة، فان بيانات الجدول(17) يبين لنا مشاهدة المسلسل المدبلج عند إعادته، وبالرجوع إلى النسب المئوية نجد أن نسبة ممن يفضلون إعادة مشاهدة المسلسلات المدبلجة مثلت(52%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة مقابل (48%)لا يفضلون الإعادة، وهذا ما أكدته نتائج الجدول (15)حيث أن أفراد عينة الدراسة يشاهدون حلقات المسلسل المدبلج عند عرضها، ثم ينتظرون إعادتها في اليوم التالي ما يفسر انعدام المتابعة في الفترة الصباحية فهي مخصصة للإعادة الحلقات و هو مؤشر عن خطورة تأثيرات التلفزيون لما يتميز به من خصائص ومميزات ومن الأفكار الرئيسية التي طرحها مارشال ماكلوهان "أن الوسيلة (أي الوسيط الاعلامي)هي الرسالة "و ذلك يعني أن طبيعة الوسيلة الإعلامية المستخدمة في المجتمع تؤثر في بنية المجتمع أكثر مما يتركه المضمون أو المحتوى أو الرسالة التي تنقلها وسائل الإعلام، فالتلفزيون وسيلة إعلامية و إتصالية مختلفة تمام الاختلاف عن المطبوع فهو يتكون من منظومة

إعلامية الكترونية بصرية من الصور المتحركة. ومن هنا فإن تجارب الحياة اليومية في مجتمع يقوم فيه التلفزيون بدور أساسي تختلف في جوهرها عما في مجتمعات تستخدم فيها وسائل إتصالية أخرى [1].

الجدول رقم (18): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة المشاهدة في الأسرة :

المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
منفردة	16	10,67
مع الأسرة	42	28
حسب الظروف	92	61,33
المجموع	150	100

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة المشاهدة المسلسلات المدبلجة على الفضائيات العربية، وقد صمم هذا الجدول للكشف عن نمط المشاهدة داخل الأسرة (فردية،جماعية)، ثم هل تشاهد المرأة الريفية مشاركة مع الأسرة أو لوحدها على اعتبار أن المسلسلات المدبلجة تتضمن مشاهد محرجة تتنافى مع قيم المرأة الريفية الجزائرية، وبالنسبة لطبيعة المشاهدة تشير بيانات الجدول(18) أن أغلب أفراد عينة الدراسة يتعرضون للمسلسلات المدبلجة بحسب الظروف،حيث بلغت نسبتهم(61,33%) من إجمالي عينة الدراسة مقابل ممن يشاهدون بشكل جماعي (مع الأسرة) (28%)فيما نجد(10,67%) ممن يشاهدون فرديا .

تعكس هذه النتائج الخطورة التي تتعرض لها المرأة الريفية عينة الدراسة كون أن المشاهدة في أغلبها جماعية أي مشاركة مع الأسرة لاسيما مع القدرة التي تتميز بها المسلسلات المدبلجة من خلال توظيف صورة المرأة لجلب المشاهد. يرى الدكتور عبد الرحمان عزي في كتابه "دراسات في نظرية الإتصال نحو فكر إعلامي متميز" أن المجتمع المعاصر يعيش حضارة الصورة التي طغت في التلفزيون

[1] أنتوني غدنز بمساعدة كارين بيردسال ، علم الاجتماع مع مدخلات عربية ، ترجمة فايز الصباغ ، مرجع سابق ، ص510.

والفيديو والإعلان والحياة العامة، و هذا العامل في حد ذاته أضعف العديد من الفضاءات الثقافية والقيمية المرتبطة بما هو رمزي أو مجرد في المجتمع .فقد تحولت الثقافة إلى صورة جلية تلغي البعد التأملي في إدراك الحقائق، تناول الباحث مكانة الصورة في الاتصال وكيف أن هذه الأخيرة أضعفت القيمة، وأنتجت بنية هشة أو أبقت الثقافة محجوزة على مستوى المجرد، غير المترابط مع العناصر الأكثر سموا في الثقافة [1]

العلاقة بين قيمة الحياء و مظهر المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة

الجدول رقم (19):توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مظهر (اللباس) المرأة في المسلسلات المدبلجة:

لباس المرأة	التكرار	النسبة المئوية
محتشم	28	18,67
غير محتشم	122	81,33
المجموع	150	100

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مظهر المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة (اللباس) و ما إذاكان لهذا المظهر له تأثير على قيمة الحياء لدى المرأة الريفية عينة الدراسة . فبالنسبة للباس المرأة تشير بيانات الجدول أن غالبية أفراد عينة الدراسة أجابت بأن المرأة الأجنبية تظهر بلباس غير محتشم حيث بلغت نسبتهم (81.33%) مقابل (18.33%) ممن أجابو بظهور المرأة بلباس محتشم .

تعكس هذه النتائج مدى الخطورة و التهديد الذي تتعرض له المرأة الريفية، من خلال ما تظهر به المرأة الأجنبية ،كون المشاهدة في أغلبها جماعية حسب ما جاء في الجدول(18)و لا سيما

[1] عبد الحمن عزي ، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر اعلامي متميز ، مركز دراسات الوحدة العربية (بيروت)، ط2، 2009، ص46.

مع القدرة التي تميز بها هذه المسلسلات في تشخيص صورة المرأة، و إبرازها بصور نمطية تهدد قيمة الحياء داخل الأسرة الريفية الجزائرية، و بهذا تصبح المشاهدة وبشكل تدريجي تتقبلها المرأة و تعتاد على تلك المشاهد إلى حد الإعجاب والتقليد للباس المرأة الأجنبية .

الجدول رقم (20):يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسبالإعجاب بلباس المرأة وتقليدها في ذلك

العمر	نعم		لا		المجموع	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أقل من 17 سنة	26	17,33	06	04	32	21,33
19–25 سنة	13	8,67	32	21,33	45	30
26–33 سنة	23	15,33	27	18	50	33,33
34–41 سنة	04	2,67	14	9,33	18	12
42–49 سنة			05	3,33	05	3,33
50 فأكثر						
المجموع	66	44	84	55,99	150	100

يقدم هذا الجدول تفسيرا و تدعيما للجدول السابق إذ يكشف عما إذا كانت هناك استجابة وفقا لما تظهر به المرأة الأجنبية من خلال اللباس كمظهر ثقافي، وإيديولوجي يبرز الصورة النمطية للمرأة الأجنبية و كتهديد ثقافي على قيمة الحياء.

تشير بيانات الجدول أعلاه على وجود نسبة معتبرة ممن أجابوا بعدم إعجابهم بلباس المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة لأنها لاتتناسب مع ثقافتنا العربية الإسلامية إذ بلغت نسبتهم (55.99%)مقابل (44%)ممن أجابوا بإعجابهم بلباسها. وبالنسبة للفئات العمرية سجلت الفئة العمرية (26–33سنة)أعلى تمثيل تليها الفئة العمرية (19–25سنة)ثم باقي الفئات العمرية ،وبربط

متغير العمر و الإعجاب بلباس المرأة في المسلسلات المدبلجة نجد أن الفئة العمرية (19-25سنة) مثلت أعلى نسبة بعدم إعجابها بلباس المرأة الأجنبية إذ بلغت نسبتهم(21.33%)،كما أبدت الفئة العمرية (أقل من 17سنة) إعجابها لباس المرأة في المسلسلات المدبلجة بنسبة بلغت (17.33%)،وهذا يفسر أن هناك نسبة معتبرة من النساء الريفيات مجال الدراسة تتابع المسلسلات أجنبية المدبلجة إلى حد الإعجاب بلباسها وتقليدها، ومن دون شك أنها تشكل خطر على قيمة الحياء في المجتمع الريفي الجزائري وهذا دليل على وجود نوع من التراجع لدور المرأة الريفية في عملية التنشئة الاجتماعية أمام منافسة القنوات الفضائية العربية وإلا بما يفسر إرتفاع نسبة المشاهدة الدائمة والمكثفة

وهذه النتيجة تتفق مع ما توصل اليه الدكتور (عبد الرحمن عزي) في كتابه" الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنظمة العربية :قراءة معرفية في الرواسب الثقافية "يرى أن وسائل الإعلام عامة تسودها مضامين الإستهلاك والترفيه والدعاية السياسية، رغم وجود مضامين جزئية دالة أخذت بعين الاعتبار تباين بين محيط ثقافي وبين وسيلة وأخرى، حيث تتفق أفكاره مع أفكار مدرسة فرانكفورد حول صناعة الثقافة التي تعنى في نظرها الصناعات الترفيهية الترويجية، بما تنطوي عليه من منتجات سهلة من شانها أن تقوض قدرة الأفراد على التفكير النقدي المستقل، والتي تروج عير وسائل الاتصال الجماهيري من أجل ترسيخ قيم إمتثالية، تنميطية واستهلاكية والحفاظ على ديمومة النظام الاجتماعي، ومن ثم تشكو العامة من عجز قيمي. فوسائل الإعلام وباستثناءات محدودة تساهم في تنشئة اجتماعية تبعد الفرد عن الارتباط بالقيمة، وبذلك ينفرد بما اعتاد عليه من وسائل الإعلام .بمعنى آخر تصبح الحقيقية التي تبنيها وسائل الإعلام حقيقته ... فقد تنمي محتويات التلفزيون "الكسل الذهني"[1].

[1] عبد الرحمن عزي ، الإعلام و تفكك البنيات القيمية في المنظمة العربية :قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، الدار المتوسطة لنشر، ط1، 2009 ،ص188.

الجدول رقم (21)::يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب ما إذا كانت مشاهدة للمرأة الأجنبية بلباس غير محتشم في المسلسلات المدبلجة أمر عادي في الأسرة :

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	/	/
لا	150	100
المجموع	150	100

إن الجدول أعلاه يبين لنا أن جميع أفراد عينة الدراسة لا يتفقون مع ظهور المرأة الأجنبية في المسلسلات بلباس غير محتشم، وأن هذا الأمر غير عادي في الأسرة فهذا يتنافى مع ثقافة المجتمع الريفي الجزائري يرى الدكتور "محمد السويدي" في كتابه (مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري :تحليل سوسيولوجي لأهم مظاهر التغيير في المجتمع الجزائري المعاصر)أبرز أهمية التغيير الثقافي في عملية التنمية بمعناها الاجتماعي الواسع الذي يظم إلى جانب المفهوم الاقتصادي، والطاقات الروحية والأخلاقية والثقافية، وهي الطاقات المحركة لقوى التغيير. إذ كلما تعمقت جذور التغيير الثقافي إلى الأدوار والوظائف واتسعت أبعاده إلى أنماط وأشكال ومظاهر العلاقات الاجتماعية، استطاع أن يكون أداة فعالة للتطوير والتقدم ... ولا شك أن الانتشار الواسع لأجهزة التثقيف العامة كالطباعة والسينما والتلفزيون كل ذلك وما شابهه، قد تجاوز حواجز العزلة الثقافية، وقضى على قواعد التي حرمت فئات الشعب من كل ما له صلة بتراثه ومقوماته الوطنية [1] .

[1] محمد السويدي مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري تحليل سوسيولوجي للأهم مظاهر التغير في المجتمع الجزائري المعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية (الجزائر)، د ط ،ص42.

الجدول رقم (22): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب ردة الفعل من لباس المرأة غير المحتشم في المسلسلات المدبلجة :

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
إحساسك بالخجل	47	31,33
تغير القناة	76	50,67
أمر عادي	18	12
موقف آخر	09	06
المجموع	150	100

إذا كان الجدول السابق (21) يؤكد على ثبات وترسيخ قيمة الحياء لدى أفراد عينة الدراسة فإن بيانات الجدول (22)تكشف عن استجابة (ردة الفعل) المبحوثات من ظهور المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة بلباس غير محتشم .

يتضح من خلال الجدول(22) أن إجابات المبحوثات تباينت بشأن الموقف الذي يتخذه أفراد عينة الدراسة من ظهور المرأة الأجنبية بلباس غير محتشم (متبرج)، فأكدت(50.67%)من إجمالي عينة الدراسة، أنه عندما يمر مشهد محرج فإنهم يغيرون القناة مباشرة وبسرعة، وبخاصة إذا كانت المشاهدة جماعية في حين أجابت (31.33%)يقفن موقف حرج ويحسسن بالخجل والحياء حتى أكدت بعض المبحوثات أنهن ينصرفن إلى أعمالهن وهن يتضمرن من تلك المشاهد، وأنه لن يعاودن مشاهدة هذا المسلسل، فيه مفسدة للأخلاق والقيم التي تشربوها من الأبناء عن طريق عملية التطبيع الاجتماعي، بينما يرى (12%)من أفراد عينة الدراسة أنه أمر عادي، من هنا تظهر المفارقة بين ما أظهرته نتائج الجدول السابق حول هل مشاهدة المرأة الأجنبية بلباس غير محتشم، أمر عادي في أسرتك؟ فكانت إجابته مجملة (100%) أجابوا على أنه أمر غير عادي، فيما نجد أن ردة الفعل

من المشاهدة تباينت بين القبول والرفض، وهذا يفسر على أن المرأة الريفية تحرج من هذه المواقف أثناء المشاهدة الجماعية، فالرابط الاجتماعي قوي بين أعضاء الأسرة الريفية الجزائرية تحكمه منظومة القيم التي تعتبر بمثابة الوعاء الذي تنصهر فيه المثل الاجتماعية والمقومات الخلقية التي تضمن للمجتمع ثباته وديمومته. فهذا النوع من المسلسلات الذي يوظف صورة المرأة لتمريره لهذه المضامين السلبية من خلال المشاهدة الفردية الإعلام الوافد .طرح الدكتور عبد الرحمن عزي مفهوم "المخيال الإعلامي "الذي يعرفه على " أنه حالة تتضمن المشاعر النفسية الاجتماعية التي تتكون بفعل ما يتعرض له الجمهور العربي من مخزون تراثي وأسطوري من جهة أخرى" ويمكن فهم أبعاد " المخيال " وهو يصفه بأنه مزيج هولامي تتداخل فيه الذاكرة الاجتماعية، بمحتوياتها المعتمدة على إرث استعماري سعي لتشويه بعض جوانبها، مع محتويات وسائل الاتصال الحديثة التي تنقل المشاهد والرؤى بما يمكن أن يتجاوز الواقع ،كل ذلك في إطار بيئة تتيح فيها العصبية الخلدونية تمايزا لمجتمع يسهم في بلورة ملامح وخصائص الظاهرة الاتصالية في البيئة العربية الإسلامية [1].

العلاقة بين قيمة القرابة ونمط التواصل الإجتماعي:

الجدول رقم (23): مشاهدة المسلسلات المدبلجة وأثره على نمط التواصل داخل الأسرة:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	66	44
لا	84	56
المجموع	150	100

يعد التواصل أو الترابط بين أفراد العائلة ميزة أساسية راسخة في الأسرة الريفية الجزائرية، حيث العلاقات الاجتماعية حميمية وقوية، ويكون التواصل الاجتماعي وجها لوجه (مباشر)، وهذا يعد مؤشرا هاما لقيمة القرابة والعصبية داخل العوائل الريفية التقليدية، كما يكون لفعل التواصل المباشر

[1] نصير بوعلي وآخرون ، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الاعلام ، منشورات مكتبة إقرا(قسنطينة)،ط1،2009 ، ص27.

والحوار بين الفاعلين الاجتماعيين دورا في عملية التطبيع والضبط الاجتماعي، ويعتبر هذا الاجتماع قيمة في حد ذاته يساهم في تماسك البناء الأسري وأنساقه الداخلية كما تعرف "القرابة كمؤسسة وجماعة اجتماعية تسود المجتمعات البدوية، والقروية التقليدية، لأنها تمثل أصول وجود التجمعات البشرية ضمن بقعة جغرافية. ومن هذا المنطلق تقوم القرابة بتحديد مواقع الأسر و ارتباطاتهم بها ،وإزاء هذا التحديد تمارس نفوذها وتأثيرها وتضع موانعها ومحرماتها وتطرح مواقفها، فضلا عن وضع فروض أخلاقية وأدبية ومالية، و بهذا فإنها تمنح الفرد المكانة الاجتماعية واعتباره الاجتماعي والاطمئنان النفسي والضمان المالي [1]. و من أجل التعرف على قيمة القرابة (و التي تتضمن التواصل عن طريق علاقات الدم و الزواج و المصاهرة) صمم الجدول (23)ليكشف عن نمط الحوار والتواصل الأسري وعلاقته بمشاهدة المسلسلات المدبلجة وما إذا كان الوقت الذي تقضيه المرأة الريفية في مشاهدة المسلسلات له تأثير على قيمة القرابة لدى المرأة. وحسب بيانات الجدول (25)فإن النسب متقاربة بين من يرون أن المسلسلات لا تقلل من هذا التواصل داخل الأسرة بنسبة (56%)مقابل (44%)لمن أجابوا على أنها تقلل من التواصل الأسري.

حيث نلاحظ ارتفاع ملحوظ في نسبة ممن يشاهدون المسلسلات المدبلجة ويرونها تقلل من التواصل الأسري، وهو يؤكد على أن هذه المسلسلات أصبحت تنافس الأسرة في العديد من الأدوار والوظائف حتى أصبحت تخصص لها الوقت الكافي لمشاهدتها على حساب استقرارها.

الجدول رقم (24): مشاهدة المسلسلات المدبلجة وتأثيره في زيارة الأقارب:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	25,33
لا	112	74,67
المجموع	150	100

[1] معن خليل عمر، علم اجتماع الاسرة ،دار الشروق للنشر و التوزيع (عمان)،ط1 ،2000، ص162

إذا كانت زيارة الأهل والأقارب من السمات الأساسية المعروفة في المجتمع الريفي الجزائري، فإن بيانات الجدول(24)تبين أن هذه القيمة (زيارة الأقارب)مرتفعة دلالة على قوة اللحمة القرابية. كما اصطلح عليه إميل دوركايم 'الوعي الجمعي 'وهذا يعني أن شخصية الفرد داخل النموذج الريفي ليست واضحة الحدود، أما العلاقات التي تربط بين أعضاء المجتمع الريفي فيسودها العرف وقواعد الجماعة وضوابطها ... وهو ما يزيد في درجة التضامن في هذا المجتمع وتكون تلقائية وآلية وهذا نابع من توحد المشاعر[1]. وبالرجوع الى النسب المؤوية نجد أن نسبة ممن يزورون الأقارب مثلت (74.67%)من إجمالي عينة الدراسة في حين بلغت نسبة ممن قللت المسلسلات الأجنبية المدبلجة زيارة الأقارب(25.33%) بحيث أجابت بعض المبحوثات أنها تتابع المسلسلات المدبلجة بانتظام دون أن تفوّت أي حلقة، وأن حلقات المسلسل تأخذ تقريبا ساعة و في بعض الأحيان تشاهد أكثر من مسلسل في اليوم ،أن حلقات المسلسل تأخذ وقتا طويلا لمشاهدتها. وبشكل عام يمكن القول بأن غالبية النساء الريفيات عينة الدراسة ترى بأن المسلسلات الأجنبية المدبلجة لم تقلل من زيارة الأقارب وهذا من خلال تدخل عدة عوامل أخرى ترتبط بطبيعة المجتمع الريفي السنوسي الجزائري الذي مازال يحافظ على النسق العائلي الممتد والأقارب يسكنون في حوش مشترك، مما يزيد من تشارك الأسرة في القيم العادات والتقاليد وأنماط المعيشة.

[1] عبد الحميد بوقصاصة ، النماذج الريفية الحضرية لمجتمعات العلم الثالث في ضوء المتصل الريفي الحضري ، مخبر التنمية والتحولات الكبرى في المجتمع الجزائري ، جامعة باجي المختار (عنابة)،ب ط، ب س،ص 26.

الجدول رقم (25): موقف أفراد عينة الدراسة من علاقة بالرجل قبل الزواج في المسلسلات المدبلجة:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	89	40,67
لا	61	59,33
المجموع	150	100

إن معظم القضايا التي تطرحها المسلسلات المدبلجة تتمحور حول العلاقات العاطفية ،والزواج بحيث تبنى العلاقة بين الرجل و المرأة قبل الزواج من خلال التعارف. وكما هو متعارف داخل المجتمع الريفي الجزائري التقليدي فالزواج تتدخل فيه العائلة و ليس قرار شخصي ،كما أنهم يحبذون الزواج القرابي. ومن العوامل المهمة في اختيار المرأة كزوجة من خلال ما تملكه، أو ما سوف ترثه من أرض وعقار .. إلى جانب جمال المرأة وسنها، فالمرأة لا تكتسب قيمتها الاجتماعية إلا من خلال هذا الإرث. ولكن في السنوات الأخيرة ومع التحولات التي عرفها البناء الريفي من مظاهر التحديث وخروج المرأة للعمل، ظهرت مظاهر جديدة في عادات وأنماط الزواج، بحيث أصبح الرجل يختار بنفسه المرأة و في أحيان كثيرة يتم اختيارها من خارج العائلة أو المنطقة ومن خلال هذا الطرح نتساءل لما إذا كانت للمسلسلات الأجنبية المدبلجة تأثير على قيمة القرابة من خلال علاقات الزواج والتعارف بين الرجل و المرأة .

نلاحظ من خلال الجدول (27)و فيما يتعلق باهتمام أفراد عينة الدراسة بالتعرف على شرك الحياة كما في المسلسلات المدبلجة قبل الزواج دون تدخل العائلة في هذا الاختيار، حيث جاءت نسبة (59.67%)من إجمالي عينة الدراسة لا يتفقون مع هذا الموقف بالتعرف على شريك الحياة مسبقا وأرجعوا ذلك إلى المعايير التي تحكم المجتمع التقليدي الريفي، فمعظم أفراده يعرفون بعضهم

البعض إما عن طريق المصاهرة أو القرابة أو النسب والزواج ،كما أن التعارف بين المرأة والرجل أمر محرم في العرف، تشوّه من خلاله صورة الفتاة وعائلتها ولا يتقدم أحد لخطبتها. إن الذكورة في الثقافة التقليدية تعني القوة والهيبة والسلطة والسيادة .في حين بلغت نسبة من أجابوا أن علاقة المرأة بالرجل قبل الزواج في المسلسلات المدبلجة، زادت من اهتمامهم بالتعرف على شريك الحياة دون تدخل العائلة ب (40.67%) إذن يلاحظ أن استجابة أفراد عينة الدراسة معتبرة لهذا النوع من المسلسلات وما لدور المرأة من خلال توظيفها المقصود لضرب البنية القيمية التقليدية لدى المرأة الريفية عينة الدراسة وفي هذا الإطار الخاص " بدور التلفزيون في تغيير القيم في المجتمع الجزائري" توصلت الباحثة ثريا التيجاني إلى نتيجة ترى فيها أن للتلفزيون دور إيجابي و آخر سلبي .كما جاءت إجابات مجموعة من المبحوثين أن التلفزيون قد أثر إيجابا على عملية اختيار الزوج(ة) حيث كان الوالدين يتكفلان بهذه العملية سابقا. وعلى الطرفين التنفيذ حسب رغبة الوالدين. لكن في الوقت الحاضر أصبح للطرفين حق الاختيار ويعود ذلك إلى توسيع نظرة أفراد المجتمع من خلال البرامج التلفزيونية التثقيفية والتهذيبية ،كما جاءت إجابات بعض المبحوثين على الأسئلة المتعلقة بالتأثير العام التلفزيون أن تأثير هذا الأخير كان سلبيا على القيم المدروسة(قيمة الأسرة ،قيمة التدين قيمة العمل ،قيمة تعليم المرأة) حيث أصبح اختيار الزوج(ة) على الطريقة الغربية ودون استشارة الأهل، كما شجعت الأفلام الرومانسية زواج المصلحة والنزعة المادية في اختيار الزوج(ة) [1].

---

[1] ثريا التيجاني، دور التلفزيون في تغيير القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري دراسة ميدانية ، اطروحة دكتوراه دولة في علم الاجتماع الثقافي، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ،كلية علم الاجتماع ،جامعة الجزائر 2006-2007.

الجدول رقم (26): موقف المرأة الريفية عينة الدراسة من خيانة الزوج لزوجته في المسلسلات المدبلجة:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	23,33
لا	115	76,67
المجموع	150	100

إن رباط الزواج (الرباط النسبي)"ينطوي على طبيعة النظام القرابي المبني على الزواج والمصاهرة بين الرجل والمرأة المنتمين إلى أسرتين، هذا النوع من الترابط يفسر الانتساب إلى جماعة اجتماعية عن طريق الزواج، هذا يتطلب التزامات مادية وأدبية وأخلاقية بين المتناسبين تتجاوز العلاقات الاجتماعية، أو المصلحية منها من يمتد إلى أجيال [1].

يبين الجدول(26)توزيع أفراد عينة الدراسة حسب ما تشاهده المرأة الريفية لخيانة الرجل المرأة كما في المسلسلات المدبلجة، وما إذا كان هذا الموقف غير من نظرتها للرجل، وتشير بيانات الجدول (26) أن الغالبية من إجمالي عينة الدراسة يرون أن خيانة الزوج لزوجته في المسلسلات المدبلجة لا يغير من نظرتهن الرجل حيث بلغت نسبتهم (76.67%) مقابل (23.33%) لمن أجاب عكس ذلك. ويمكن تفسير النتائج السابقة بما يلي: أن ارتفاع نسبة من يرون أن خيانة الزوج لزوجته في المسلسلات المدبلجة لا تغير من نظرتها للرجل. فالمرأة الريفية تنظر إلى الرجل من خلال مركزه ومكانته الاجتماعية داخل الأسرة، فهو صاحب السلطة والقرار والهيبة فأدواره لا تنحصر بين العمل و الأسرة فهو كذلك يقربها في الدم أي من عصب واحد.

في حين جاءت نسبة قليلة ممن يرون أن الخيانة غيرت من نظرتهم للزوج ما يؤكد على تأثير هذا النمط من الدراما الأجنبية في استمالة المرأة الريفية الجزائرية، وتغيير مواقفها واتجاهاتها تجاه أسرتها .

[1] رابح درويش ،علم اجتماع العائلة ،دار الكتاب الحديث (الجزائر)، دط ، 2010، ص 21.

الجدول رقم (27): موقف المرأة الريفية عينة الدراسة من سيطرة المرأة على الرجل في المسلسلات المدبلجة وتقليدها في ذلك:

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	/	/
لا	150	100
المجموع	150	100

إن نتائج هذا الجدول (27)تدعم الملاحظات والنتائج التي توصلنا إليها من خلال الجدول(26) حيث تبين لنا أن مجمل عينة الدراسة تؤكد عدم تأثرها بموقف المرأة الأجنبية من خلال سيطرتها على الرجل في المسلسلات المدبلجة وتقليدها فيذلك. كما أن قيمة القرابة تتحدد في المجتمع الريفي التقليدي، أيضا من خلال العلاقة الزواجية بين الرجل والمرأة المبنية على أسس قرابية حيث المرأة تحمل رأسمال رمزي وثقافي من خلال معايير يقاس على أساسه مثل النسب والارث و الخلفة ... وأن السلطة بيد الرجل وسعيا للكشف عما إذا كانت هذه العلاقة تتأثر بأنماط التواصل التي رسختها المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة، من خلال ظهورها بأدوار تجسد السيطرة والقوة والقيادة .

العلاقة بين قيمة المال والمستوى المادي:

الجدول رقم (28): مشاهدة المسلسلات المدبلجة وعلاقتها بمظاهر الشراء:

	هل مشاهدة المسلسلات المدبلجة زاد اهتمامك لمظاهر الشراء				المجموع	
	نعم		لا			
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من 18 سنة	27	18	05	0,33	32	21,33
19–25 سنة	41	27,33	04	2,66	45	29,99
26–33 سنة	33	22	17	11,33	50	33,33
34–41 سنة	01	0,66	17	11,33	18	11,99
42–49 سنة	/	/	05	3,33	05	3,33
50 فأكثر	/	/	/	/	/	/
المجموع	102	67,99	48	31,98	150	99,97

يبين الجدول (28)توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر وما إذا كانت ظهور المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة زادت اهتمامك بمظاهر الشراء لدى المرأة الريفية الجزائرية، تعتبر قيمة المال من القيم الأساسية التي ترتكز عليها الأسرة الريفية حيث تتكاثف حوله جميع أفراد الأسرة لجمعه والمحافظة عليه لتسير شؤون الأسرة و الاستمرار في استقرارها . تشير بيانات الجدول المبين أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة يرون أن صورة المرأة في المسلسلات المدبلجة، زادت اهتمامهم بمظاهر الشراء ،إذ بلغت نسبتهم(67.99%) مقابل (31.99%)ممن أجابوا بالنفي، وبالنسبة للفئة العمرية الأكثر اهتماما بمظاهر الشراء سجلت الفئة العمرية (19–25سنة) أعلى تمثيل بنسبة (27.33%).

تفسر النتائج السابقة أن الصورة التي تظهر بها المرأة في المسلسلات المدبلجة لها دور في التأثير على المشاهد، وجعله يركز على المظهر الخارجي، من خلال ما تبرزه من أنماط ثقافية مادية كالأزياء

الديكور و الأثاث ... هدفها البعد التجاري والإيديولوجي بالدرجة الأولى، محاولة منها محو الهوية العربية الإسلامية، مما يدل أن لصورة المرأة الأجنبية تأثيرات جديدة أبرزها زيادة النزعة الاستهلاكية بأنواع الموضة داخل المجتمع الريفي، والتوجه الاستهلاكي في الثقافة الريفية، بدفع المرأة الريفية للخروج إلى الأسواق لشراء ما تظهر به المرأة الأجنبية. وهذا ما نلاحظه في السنوات الأخيرة بانتشار سلع تظهر بها الممثلات في على الفضائيات العربية على واجهة المحلات، من لباس وإكسسوار وأفرشة كما تظهر السلعة بأسماء الممثلات، المرأة الريفية هي بدورها تميل إلى التغيير ومعاصرة الموضة، وكأن قيمة المال التي كانت بالأمس رأسمال اجتماعي، أصبحت ثقافة المادة معيار للاستهلاك والإنفاق. في هذا الإطار طرح الدكتور عبد الرحمن عزي فكرته حول "نحو ثقافة ربط الصورة بالقيمة "يرى أن القفزة الحديثة بإدخال الوسائل السمعية البصرية كالتلفزيون في المنطقة العربية الإسلامية، ذات دلالة من الناحية الحضارية إذ أضحت هذه الوسائل قنوات تحمل صورة الغير وحتى صورة الغير عنا، فهذه الوسائل بهذه الطريقة لم تحدث أي تطور على مستوى المعاني. وأن التغير الحاصل يكمن في الاستهلاك ومحاولة تقمص صورة الغير سواء تعلق الأمر بالأشياء أو الأبطال ...إن الحاصل أن الإنسان في المجتمع الحالي لا يقْدِر على الإفلات كثيرا من عالم الصور ...فإن هذا الإنسان يعيش هذا الشرخ السحيق بين العلم الذي تصنعه الصورة، وإحساسه بهزال تجربته المعيشية التي تنجذب صوب ما هو مرتبط بالاشباع المادي حتى وإن تناقض مع عالم القيمة [1].

[1] عزي عبد الرحمن ،دراسات في نظريات الاتصال ،مرجع سابق ،ص48.

الجدول رقم (29): يبين السلعة التي تظهر بها المرأة في المسلسلات المدبلجة ونوعها:

الاحتمالات			نوع السلعة	المجموع	
	ك	%		ك	%
نعم			ملابس	68	45,33
	114	76	مكياج	17	11,33
			إكسيسوار (حلي)	02	1,33
			أحذية	14	9,33
			حقائب	06	04
			أخرى	07	4,67
لا	36	24	/	/	
المجموع				114	75,99

تؤكد بيانات الجدول(29) التفسيرات السابقة من حيث نوع السلعة المراد شرائها ونوعها، حيث بلغت نسبة ممن أجابوا ب"نعم" ب(76%)مقابل (24%)الذين أجابوا بالنفي، فيما جاءت الملابس في المرتبة الأولى من حيث نوع السلعة بنسبة بلغت (45.33%) يليها الماكياج، إذ بلغت نسبتهم (11.33%) ثم باقي السلع الأخرى. ومن ثم فإن غالبية أفراد عينة الدراسة يقومون بشراء السلع التي تظهر بها المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة حتى وإن كانت غالية، بحيث يكون الاستهلاك موجه نحو إشباع الحاجات النفسية والميل نحو تقليدها للحياة الغربية التي تشجع النزعة الاستهلاكية المفرطة للذوق المادي. وبهذا تؤكد هذه النتائج أن ظهور المرأة في المسلسلات المدبلجة له تأثير على قيمة المال من خلال إخضاع النفوس على النمط الاستهلاكي لسلع كمالية، ويظهر هذا التأثير لمن تكون مشاهدته دائمة ومكثفة على أنماط السلوك، وتؤثر هذه النتيجة على قيمة المال بعدما كانت المرأة في الريف تنفق المال على أسرتها وأبنائها وزوجها والأمور البيتية، تغيرت النظرة باهتمامها لذاتها وظهرها وجمالها من لباس وماكياج .. بإبراز الذات بصورة جديدة تماشيا مع ما تشاهده في التلفزيون مواكبة للموضة والتحرر من قيود الرجل.

العلاقة بين قيمة العمل لدى المرأة الريفية عينة الدراسة وأدوار المرأة في المسلسلات المدبلجة:

الجدول رقم (30):عمل المرأة في المسلسلات المدبلجة وأثره على خروج المرأة الريفية للعمل:

الإحتمالات	ك	%	نوع العمل	ك	%
نعم	28	18,67	سيدة أعمال	01	0,66
			موظف في الإدارة	08	5,33
			معلمة	09	06
			طبيبة	02	1,33
			بائعة الحلويات	05	3,33
			محامية	01	0,66
			خياطة	02	1,33
لا	122	81,33	/	/	/
المجموع	150	100	/	28	18,64

قيمة العمل لدى المرأة الريفية تقوم على أساس أن أفراد مجتمع وحدة اجتماعية تتضامن في مواجهة الحياة، ويساند بعضه بعضا لتحقيق أهداف الجماعة والمصالح المشتركة، فقيمة العمل تنمو مع المرأة الريفية منذ الصغر، حيث تقتضي العادات والتقاليد في المجتمع الريفي الذي تنشأ فيه مشاركتها في الأعمال المنزلية الخاصة بأسرتها والبيئة التي تعيش فيها، حتى بعد زواجها تقدم الولاء لزوجها وأسرتها .إذا أردنا الحديث عن قيمة العمل فلا بد أن نشير أولا إلى علاقة مشاهدة التلفزيون كوسيلة ترفيهية قبل أن نتحدث عن أثر مضامينها في ترسيخ مفهوم جديد لقيمة العمل من خلال الأدوار التي تظهر من خلالها المرأة الأجنبية في مجالات مختلفة ومتنوعة تستقطب اهتمام أفراد عينة الدراسة وإعجابها بهذه الأعمال مما يشجعها للخروج إلى العمل. حيث أظهرت إجابات بعض المبحوثات أن ظهور المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة دفعها إلى مواصلة الدراسة ودخولها مجالات العمل مثل الرجل. تباينت إجابات أفراد عينة الدراسة بين عملها في التعليم الذي مثل أعلى نسبة (06%)

يليها في الترتيب عملها في الإدارة إذ بلغت نسبتهم (5,33%) وبائعة حلويات و طبيبة و محامية وباقي الأعمال الأخرى .

في دراسة حول "عمل المرأة و أثره على العلاقات الأسرية " بينت النتائج أن الوضع الأسري الجديد الذي تعيشه كل أسر العاملات، هو نتيجة للتغيرات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي عرفها المجتمع الجزائري، حيث أصبح دور الزوجة مختلط فهي خاضعة إلى ضغوط دورها الطبيعي وقيم ومعتقدات المجتمع تجاه دورها الأمومي من جهة، وظروفها والتزامات عملها الخارجي من جهة أخرى ترى الباحثة أن خروج المرأة للعمل يؤدي إلى إعادة توزيع العلاقات الأسرية كما يؤدي التغيير في الأدوار إلى تحسين مكانتها داخل الأسرة [1].

الجدول رقم (31):صاحب قرار العمل في المنزل لدى أفراد عينة الدراسة :

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الأب	67	44,67
الأخ	17	4,67
الأم	07	11,33
الزوج	56	37,33
أخرى حدد	03	02
المجموع	150	100

تُعرف المرأة بالعمل منذ القديم بنوعيه عملها، ففي معظم المجتمعات كان لها دور أساسي يتمثل في العمل داخل البيت بدء بالترتيب والتنظيف والطبخ، وتربية الأبناء وخدمة أفراد العائلة خاصة الزوج وبالتالي يعتبر العمل المنزلي من أولوياتها الأسرية ومن مقومات استمرارية وجودها لما له من أهمية في الحياة الاجتماعية، فالعمل المنزلي ذا قيمة اقتصادية واجتماعية عالية للأسرة ومما لاشك فيه أن اهتمام

[1] فرحات نادية ،عمل المرأة و أثره على العلاقات الأسرية ، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية ،جامعة شلف، العدد8، 2012، ص127.

المرأة بالعمل المنزلي قد يعطي صيغة معينة لنوعية استهلاكها الثقافي، فالتواجد الدائم في المنزل قد يساعدها على استهلاك الثقافات الُمنْبَتَّة خاصة عن طريق القنوات الفضائية العربية التي باتت تتنافس على ستراد المسلسلات المدبلجة وترجمتها بلهجات مختلفة هذا ما شجع المرأة على تقليد المرأة الأجنبية وخروجها للعمل و تحررها من تبعيتها للرجل .

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن غالبية المبحوثات أرجعوا قرار خروج المرأة للعمل 'للأب' وذلك بنسبة بلغت(44,67%) يليها في الترتيب الزوج و ذلك بنسبة (37,33%)ثم الأم إذ بلغت نسبتهم (11,33%)و الأخ بنسبة بلغت (4,67%).

مناقشة فرضيات الدراسة في ضوء النتائج و استنتاجات عامة:

تمهيد :

إن تناول متغيرات كالعمر والحالة الاجتماعية هي متغيرات بالغة الأهمية وذات دلالة علمية عند الحديث عن تأثر المنظومة القيمية، نتيجة البث الفضائي الوافد (صورة المرأة الأجنبية)ذلك أن هناك العديد من القيم التي لا يمكن دراستها إلا من خلال علاقتها ببعض المتغيرات الاجتماعية حتى تأخذ معنى اجتماعي .

الخصائص الاجتماعية والثقافية للمرأة الريفية عينة الدراسة:

العمر والحالة الاجتماعية :

جاءت عينة الدراسة مقسمة إلى فئات (أنظر الجدول رقم 1و2) حيث مثلت الفئات العمرية (26-33 سنة) (19- 25 سنة) أعلى نسبة تمثيل ويفسر ذلك بالتنوع في الفئات العمرية للفئة الشبابة.

سيتم التطرق في هذه النقطة إلى متغير العمر والحالة الاجتماعية للمرأة عينة الدراسة الميدانية، لأنها ذات أهمية في تحديد الفئات العمرية التي تتأثر منظومتها القيمية.فبالنسبة للعمر مثلت الفئات العمرية(26-33 سنة) (19- 25 سنة) أعلى تمثيل أما بالنسب للحالة الاجتماعية، فقد لوحظ ارتفاع نسبة المتزوجات، ويفسر ذلك بكون أن وحدة العينة في أغلبها أمهات متزوجات أي ربات أسر. والأن القيم التي تم اختيارها للدراسة(قيمة الحياء، القرابة، المال، العمل) يمكن فهمها بشكل أفضل من خلال المرأة في علاقتها بالمحيط الأسري وباقي النسيج المجتمعي.

المستوى التعليمي والعمر :

بالنسبة لتوزيع أفراد عينة الدراسة بحسب المستوى التعليمي والعمر(انظر الجدول3)، نلاحظ أن الغالبية من أفراد عينة الدراسة لديهم مستوى تعليمي متوسط وينتمون إلى الفئة العمرية(19-25 سنة) تليها الفئة العمرية(أقل من 17 سنة) ذوي تعليم ثانوي، كما استقر التعليم الجامعي عند الفئة العمرية(26-33 سنة) بنسبة قليلة جدا، ويفسر ارتفاع نسبة التعليم عند المتوسط بأن الفتاة داخل

المجتمع الريفي تزاول تعليمها الابتدائي والمتوسط بشكل عادي لقرب المدرسة الابتدائية والمتوسطة من أماكن السكن، إن الفتاة يسمح لها بالتعليم إلى هذا الحد بعد ذلك لا يسمح لها بمواصلة الدراسة في المستويات الأخرى لعدة أسباب منها بعد المؤسسات التعليمية عن الوسط الريفي وبلوغ الفتاة وهذا دافع آخر لإعدادها للحياة الزوجية، وكذلك الإلتزام بضوابط القيم والعادات والتقاليد التي تعطي الحق للذكر في التعليم على الفتاة، لذا نجد نسبة التعليم الجامعي قليلة جدا وكذلك نظرة المجتمع إلى الفتاة الجامعية على أنها خرجت عن الضوابط والمعايير المعمول بها في المجتمع الريفي، أما عن الفئة العمرية(أقل من17سنة) ذوي تعليم ثانوي فهذه الفئة تمثل الفئة الأصغر سنا، وهي تزاول في هذه المرحلة تعليمها الثانوي لتوفر المواصلات، وبحكم التغيرات التي عرفتها الأسرة الريفية الجزائرية من خلال سياسة التنمية الريفية واهتمام الدولة بتعليم المرأة الريفية بعدما كان مطلبا مستحيلا في الماضي.

إن النتيجة التي يمكن تسجيلها فيما يتعلق بالمستوى التعليمي وعلاقته بالعمر، أن هنالك تناسبا طرديا فكلما زاد عمر المرأة نجدها تكتفي بالتعليم الابتدائي، وهي المرأة التي فرضت عليها العادات بعدم مواصلتها للتعليم، فيما نجد الفتاة ذات العمر الصغير (الجيل الحاضر) تواصل دراستها في المستوى المتوسط والثانوي بينما فئة قليلة كان توجهها إلى الجامعة.

عدد أفراد الأسرة :

لقد أشارت نتائج الدراسة الميدانية أن غالبية أفراد عينة الدراسة يتراوح عدد أبنائها (3-5أفراد) بنسبة بلغت (50,67%) من إجمالي عينة الدراسة، وتشكل نسبة الأسر التي يتراوح عدد أبناؤها

(6-8 أفراد) نسبة (32%) تليها في ترتيب الأسر ممن يتراوح عدد أفرادها من (0-2)ب(16,66%) لنصل في الأخير إلى أسرة واحدة عدد أبناؤها يفوق تسعة أبناء. تؤشر النتائج أن سياسة التنمية الريفية التي انتهجتها الجزائر من خلال مخططاتها التنموية، والتي تهدف إلى تحديث الريف وربطه بالمدينة، إذن هناك تغيير اجتماعي تعرضت له الأسرة الريفية الجزائرية بتفكيك النسق القرابي القديم

والتوجه نحو الأسرة النووية، حيث انعكست إيجابا على المرأة الريفية التي من محدداته تنظيم النسل والتقليل من الأبناء والزواج خارج النسق القرابي .

طبيعة مشاهدة القنوات العربية الفضائية لدى افراد عينة الدراسة :

التعرض للفضائيات العربية وعلاقته بمتغير العمر:

تتعرض غالبية أفراد عينة الدراسة للقنوات الفضائية العربية بصفة غير منتظمة حيث بلغت نسبتهم(45,99%)، بينما تتركز المشاهدة المكثفة داخل الفئات العمرية(26-33 سنة) مما يعني أن التعرض للقنوات الفضائية العربية يستهدف فئات دون أخرى، من خلال المضامين ووسائل الجذب فهي تستهدف الفئات الشبابية أكثر من فئات أخر.

العلاقة بين العمر والمفاظلة للقنوات الفضائية العربية:

فبالنسبة للقنوات الفضائية العربية نلاحظ الانحياز لمجموعة mbc في مقدمتهم mbc1 والدراما mbc4 ،كما يلاحظ تراجع في مشاهدة قنوات فضائية أخرى بما فيها الشروق tv، وتتركز المشاهدة عند الفئة العمرية(19-25 سنة) و(26-33 سنة)(أقل من17 سنة) أما الفئات العمرية(34-41 سنة)(42-49 سنة) تفضل قناة 2Mلتقارب اللهجة المغربية و الاحتكاك الثقافي .

ما أمكن استنتاجه من خلال هذه البيانات أن هناك تفضيل للقنوات العربية MBC باعتبارها أول مجموعة قنوات فضائية خاصة انطلقت في الوطن العربي، لما تمتلكه من قدرات تكنولوجية وبشرية هائلة لنقل الصوت والصورة، وتنوع برامجها وترجمتها إلى اللغة العربية مما يجذب المتلقي للمداومة على مشاهدتها. إذ أمكن القول بأنه لا يوجد تنوع كبير في أذواق المشاهدين بالنسبة للقنوات الفضائية العربية، حيث توزعت أذواقهم على أربع قنوات عربية لمجموعة mbc.

العلاقة بين العمر ونوع البرنامج :

بالنسبة لنوع البرامج المفضلة والمشاهدة باستمرار، يلاحظ توزع أذواق المشاهدين بين المسلسلات والموسيقى والافلام وبرامج الطبخ، حيث عادت المرتبة الأولى للمسلسلات إذ بلغت نسبة مشاهدتها(24.66%)داخل الفئات العمرية (26-33 سنة)(19-25 سنة) بنسب متقاربة،

وتوزعت المراتب المتبقية بين الأفلام الموسيقي والطبخ. فإنه يمكن القول بأنه المسلسلات أخذ مساحة معتبرة من اهتمام المرأة الريفية عينة الدراسة.، وبخاصة المسلسلات الأجنبية المدلجة كما أكدته نتائج الجدول(8) بنسبة(57.33%) فيما احتلت المسلسلات التركية المرتبة الأولى بين مستويات التفضيل بنسبة(61,33%)، تليها المسلسلات الهندية بنسبة (20%) وخاصة مع دخول قناة mbc بوليود والتي استقطبت اهتمام كبير من الفئات من بينها المرأة الريفية.

مناقشة فرضيات الدراسة في ضوء النتائج :

الفرضية الفرعية الأولى :

تؤدي المشاهدة الدائمة لمظهر المرأة الأجنبية غير المحتشم في الفضائيات العربية إلى تراجع قيمة الحياء لدى المرأة الريفية الجزائرية عينة الدراسة بمحاولة تقليدها في ذلك .سيتم مناقشة هذه الفرضية بالاستعانة بشكل أساسي على الجداول (24،23،22،21،20،19،18).إن الكشف عن قيمة الحياء لدى المرأة الريفية عينة الدراسة يتطلب معرفة الكثير من المظاهر السلوكية و الممارسات اليومية من حيث طبيعة المشاهدة، ما إذا كانت فردية أو جماعية ،المداومة على مشاهدة المسلسلات المدبلجة وعلاقتها بمتغير العمر لمعرفة الفئة العمرية التي تتأثر قيمة الحياء عندها ،أهم الموضوعات و القضايا التي تفضلها أفراد عينة الدراسة، و هل ظهور المرأة في المسلسلات المدبلجة يكون بلباس محتشم أم لا، وهل تبدي أفراد عينة الدراسة إعجاب بلباس المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة وتقلدها في ذلك، وما إذا كانت مشاهدة المرأة بلباس غير محتشم أمر عادي في الأسرة ،و ما هو موقف(ردة الفعل) المرأة الريفية عينة الدراسة عند مرور مشاهد محرجة من لباس المرأة غير المحتشم ،كيف تتعامل مع هذا الموقف مع الربط بين متغير العمر و باقي المتغيرات الأخرى .

تشير نتائج الدراسة أن المشاهدة في أغلبها جماعية، أي مشاركة مع الأسرة بنسبة بلغت (28%)من إجمالي عينة الدراسة مقابل (10.67%) مشاهدتهم فردية، و فيما يتعلق بإعادة مشاهدة المسلسل فتشير النتائج أن (52%) يقومون بإعادة المشاهدة مقابل (48%) لا يفضلون الإعادة (أنظر الجدول17)، و من ثم نستنتج أن نسبة كبير من عينة الدراسة تشاهد جماعيا و تفضل إعادة

مشاهدة المسلسل إضافة إلى ذلك فإنه يوجد علاقة بين مشاهدة المرأة الأجنبية بلباس غير محتشم وعلاقته بالعمر (أي أن هناك فئات عمرية تتقبل ظهور المرأة بلباس غير محتشم وأخرى لا تقبل ذلك) فإن إعادة مشاهدة المسلسل يبرر تقبل نسبة من أفراد عينة الدراسة مشاهدة المرأة بلباس غير محتشم، إلى درجة الإعجاب حتى تصبح مشاهد عادية وهذا لا يتناسب مع قيم وعادات المجتمع الريفي الجزائري.

تعكس هذه النتائج بوجود تراجع حقيقي لقيمة الحياء، و الحشمة التي تتميز بها المرأة الريفية الجزائرية، مع العلم أن (81.33%)من إجمالي عينة الدراسة يرون أن ظهور المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة يكون بلباس غير محتشم مقابل (18.67%)أجابوا بالنفي، مما يدل على أن موقف المشاهدة الجماعية بين أعضاء الأسرة يأثر في قيمة الحياء التي أساسها الرابط الأسري، فالمداومة على مشاهدة تلك اللقطات أصبحت أمر عادي بين أفراد الأسرة الريفية، وهو نمط سلوكي جديد ودخيل على العائلة الريفية ، ومن ثم فان هناك نسبة (28%)من إجمالي عينة الدراسة تتأثر قيمة الحياء لديها لوجود نوع من القبول الجماعي على مشاهدة المرأة الاجنبية في الفضائيات العربية بمظهرها غير المحتشم، من خلال رمزية اللباس الذي يعكس ثقافة تلك المجتمعات الأجنبية وهو ما فسرته المشاهدة الجماعية. أما فيما يتعلق بالإعجاب بلباس المرأة وتقليدها في ذلك فيلاحظ أن نسبة (55.99%) لا يعجبون بلباس المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة، فيما نجد نسبة معتبرة مقدرة ب(44%) تبدي إعجابها بلباس المرأة وتقلدها في ذلك وهذا مؤشر هام عن تأثرها بمظهر المرأة الأجنبية (انظر الجدول22) وبخاصة عند الفئات العمرية (26-33 سنة)(19-25 سنة)(أقل من17سنة) ،كما صرحت مجمل أفراد عينة الدراسة أن موقف الأسرة من ظهور المرأة في المسلسلات المدبلجة بلباس غير محتشم، أمر غير عادي بنسبة(100%) وهذا ما يبر موقفها (أنظرالجدول24) من خلال ردة الفعل عند مرور مشاهد تظهر المرأة الأجنبية بلباس غير محتشم عبَّرت عليه النسبة (50.67%) بتغيير القناة ونسبة (31.33%)يقِفْنَ موقف إحساسهن بالخجل. الكشف عن ردود الأفعال تجاه مشاهدة المرأة في المسلسلات المدبلجة بمظهر غير محتشم إما تغيير القناة، أو إحساسهم

بالخجل و ردة الفعل الغالبة هذا يؤكد الاختراق الثقافي المقصود بضرب القيم، لأن تلك المشاهد تتكرر مرات عديدة ومهما بلغت درجة الرفض فإنه سيتم القبول والرضوخ مع مرور الوقت ويصبح، ما كان في السابق أمرا مرفوضا اليوم يصبح مقبول.

الفرضية الفرعية الثانية :

تتأثر قيمة القرابة لدى المرأة الريفية بأنماط التواصل الاجتماعي لدى المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية.

لمناقشة هذه الفرضية سيتم الاستناد إلى الجداول (14،15،16،25،26،27،28،29) بحيث يتم تحليل ودراسة العلاقة بين عدد من المؤشرات، وهي عدد ساعات المشاهدة ،وما إذا كانت المشاهدة تحد من التواصل داخل الأسرة ،العلاقة بين مشاهدة المسلسلات و زيارة الأهل والأقارب ،موقف المرأة عينة الدراسة من علاقة الرجل بالمرأة قبل الزواج كما جسدته المسلسلات المدبلجة ،موقف المرأة عينة الدراسة من خيانة الزوج لزوجته ،وسيطرة المرأة الأجنبية على الرجل كما في المسلسلات المدبلجة وتقليدها في ذلك .

لقد كشفت نتائج الدراسة سابقا وكما هو موضح أيضا في الجدول (16)أن عدد ساعات المشاهدة تتركز غالبا من (1 سا/2سا)وبدرجة أقل من (3 سا/4سا)في اليوم وبخاصة في فترة بعد الظهيرة، وحسب ما إذا كانت مشاهدة المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية قد قللت من التواصل مع أفراد الأسرة ومع الأهل والاقارب. أشارت بيانات الجدول المذكور سابقا (انظر الجدول25)أن النسبة الأعلى أجابت بأنها لم تقلل من الاجتماع و التواصل مع الأقارب حيث بلغت نسبتهم (56%)مقابل (44%)ممن قللت المسلسلات المدبلجة تواصلهم مع الأهل، كما جاءت مشاهدتهم تتركز في فترة بعد الظهيرة، وفي أوقات الفراغ بنسبة (44.67%)و(36.67%) وغالبا ما تكون هذه الفترة مخصصة لزيارة الأقارب لدى عينة الدراسة كما سرحت إحدى المبحوثات أن خروج المرأة في الريف لا يكون في الصباح لانشغال المرأة بالأعمال المنزلية، ويمنع الخروج في المساء بحكم الأعراف المعمول بها في الريف، مما يعني أن عدد ساعات المشاهدة ليست لها تأثير على أنماط

التواصل داخل الأسرة ومع الأهل والأقارب، ومع هذا لوحظ وجود نسبة معتبر ممن يرون أن المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية قللت من تواصلهم واجتماعهم مع الأقارب، كما استحوذت حتى على أوقات فراغهم هذا الوقت الذي كانت المرأة الريفية تخصصه للتواصل مع الأهل والاجتماع معهم في المناسبات والأفراح، كما أن المشاهدة المكثفة خلقت نوعا من الانعزال ما أضعف قوة العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع الريفي .وما إذا كان التأثير يمتد إلى التعرف على شريك الحياة قبل الزواج كما تظهر من خلاله المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة دون تدخل العائلة في هذا الاختيار، فإن النسبة الأعلى لا تتفق مع هذا الموقف، حيث بلغت نسبتهم (59.67%)من إجمالي عينة الدراسة و أرجعوا ذلك إلى جملة من القيم والمعايير التي تحتكم إليها المرأة في مجتمعها الريفي، كما تتوافق هذه النسبة مع موقف المرأة من خيانة الرجل للمرأة كما جسدته المسلسلات المدبلجة، وما إذا كان هذا الموقف غير من نظرتها للرجل ،حيث تشير بيانات الجدول(28) إلى أن غالبية إجابات المبحوثات جاءت بالنفي بنسبة بلغت (76.67%)، و ما إذا كان التأثير يمتد كذلك إلى مظاهر السلوكية تعكسها المسلسلات المدبلجة في الفضائيات العربية، من خلال موقف المرأة الريفية عينة الدراسة من سيطرة المرأة على الرجل و تقليدها في ذلك. حيث أجابت مجمل عينة الدراسة بالنفي (انظر الجدول 29).ومن ثم يصبح القول أن مشاهدة أنماط التواصل التي رسختها المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة : كالعلاقات العاطفية والتعارف قبل الزواج، الخيانة الزوجية ،سيطرة المرأة على الرجل كنمط جديد يظهر تحرر المرأة من قيود الرجل بتوظيف مركزها الاجتماعي أو مكانتها في العمل لم يأثر في قيمة العلاقات القرابية، فهناك عوامل أخرى تتدخل في ذلك كالأدوار المختلفة الموكلة إلى المرأة الريفية بين الأعمال المنزلية وخارجه وتربية الأبناء واحتياجات البيت والزوج .. ،بمعنى أن قيمة القرابة والممثلة في قوة العلاقات الاجتماعية مع باقي أفراد الأسرة والأهل والأقارب لا يرتبط بعدد ساعات المشاهدة ولا بأنماط التواصل، بالرغم من وجود نسبة تُقِر بوجود تأثير هذه الأنماط التواصلية الجديدة على المرأة عينة الدراسة.

الفرضية الثالثة :

تتأثر قيمة المال لدى المرأة الريفية بالمستوى المادي للمرأة الأجنبية في القنوات الفضائية العربية، حيث تطغى مظاهر الشراء والاستهلاك على حساب الوضع المادي للأسرة الريفية.

لمناقشة هذه الفرضية سيتم الاعتماد على الجداول (30) (31) حيث توضح العلاقة بين طبيعة المشاهدة وبين الإنفاق و الاستهلاك ما تظهر به المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية .

تبين نتائج الدراسة الميدانية أن غالبية أفراد عينة الدراسة أجابوا على أن ظهور المرأة في المسلسلات المدبلجة زاد من اهتمامهم لمظاهر الشراء، حيث بلغت نسبة(67.99%)من إجمالي عينة الدراسة كما تزيد نسبة الاهتمام بالشراء لدى الفئة العمرية (26-33 سنة)(19-25 سنة)بنسب متفاوتة، وبخصوص نوع السلعة التي تفضل شراءها المرأة عينة الدراسة حتى وإن كانت غالية تأتي الملابس في المرتبة الأولى، يليها الماكياج والأحذية ثم باقي السلع الأخرى، من ثم نستنتج أن ظهور المرأة في المسلسلات المدبلجة يزيد من جذب وإقبال المرأة الريفية على الاستهلاك، وهذا ما أكدته إجابات غالبية المبحوث. مما يفسر أن توظيف صورة المرأة في المسلسلات المدبلجة حسب مظهرها الخارجي له دور تجاري وإيديولوجي أكثر منه ترفيهي أو ترويحي .. ومن ثم نستنتج أن هناك تحول في النمط الاستهلاكي تتجه فيه قيمة المال لدى المرأة الريفية من إشباع الحاجات الأساسية لأسرتها إلى إشاعاتها النفسية الاجتماعية، وربما حتى الكمالية بإعطاء الاهتمام لمظهرها ولذاتها كأنثى وتلعب صورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية دورا بالغا في هذه العملية فجميع السلع التي تشتريها تخص مظهرها بالدرجة الأولى (انظر جدول 31).

الفرضية الرابعة:

تتأثر قيمة العمل لدى المرأة الريفية بالأدوار التي رسختها المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية.

سيتم الاعتماد على الجداول (32) (33) وتكشف نتائج هذه الجداول عن قيمة العمل لدى المرأة الريفية كقيمة مقدسة تنحصر بين العمل المنزلي وتربية الأبناء ومساعدة الزوج، وعلاقته بأدوار المرأة

الأجنبية في المسلسلات المدبلجة، وهل لهذه الأدوار الاجتماعية تأثير على خروج المرأة الريفية عينة الدراسة للعمل خارج المنزل.

لقد بينت نتائج الدراسة الميدانية أن غالبية أفراد عينة الدراسة لا تشجعها أدوار المرأة الأجنبية في مجالات مختلفة من العمل حيث بلغت نسبتهم(81.33%)من إجمالي عينة الدراسة مقابل (18.67%)ممن أجابوا بالقبول، وحيث جاء العمل في التعليم و الإدارة من بين الأعمال التي تفضلها أفراد عينة الدراسة وهذا مؤشر هام عن توجه المرأة الريفية نحو نظرة جديدة للعمل. أما بالنسبة لصاحب قرار عمل المرأة فتشير نتائج الدراسة الميدانية أن الغالبية من أفراد عينة الدراسة أجابوا على أن صاحب قرار العمل يرجع إلى الأب وذلك بنسبة (44.67%) من إجمالي عينة الدراسة (انظر الجدول 33)، من ذلك نستنتج أنه بالرغم من تأثر المرأة الريفية بأدوار المرأة الأجنبية في مجال العمل لكن يبقى صاحب القرار والسلطة هو الرجل، إن نظرة المجتمع المحلي لا ترحب بعمل المرأة خارج البيت فهو ينقص من قيمة الرجل، وهيبته بين أعضاء مجتمعه وهذا ما فرضته الضوابط العرفية والتقاليد المتوارثة عن الأجداد، مع أنه في السنوات الأخيرة التوجه العام والمعمول به في المجتمع الريفي بدأ يتلاشى أمام حجم التغيرات السريعة التي عرفها المجتمع الجزائري، وخاصة مع دخول تكنولوجيات البث الفضائي العربي والانفتاح على العالم الخارجي. ومن ثم فإن مشاهدة المرأة الأجنبية من خلال أدوارها العملية، يؤثر على فئة قليلة من أفراد عينة الدراسة ويظهر تأثيرها في نسبه النساء اللواتي يرغبن في الخروج للعمل كما في المسلسلات المدبلجة، وهو تغير جديد مس قيمة العمل لدى المرأة الريفية ساهمت فيه صورة المرأة الأجنية على فضائياتنا العربية، فإذا كان عمل المرأة الريفية هو المحافظة على أدوارها التي فرضتها عليها منظومة القيم التقليدية، في حصر عملها بين العمل البيتي وخارجه في مساعدة الزوج فإن المرأة اليوم عرفت تقسيما للعمل يحدد أدوارها و وظائفها داخل الأسرة وخارجها فالعمل والتعليم أصبحا هدفا في حد ذاته يؤسس لدخول المرأة الريفية مرحلة جديدة ، هذا ما أدى إلى تراجع بعض الأعمال التقليدية كالنسيج والحياكة ..

الخاتمة

الخاتمة:

إن التغيرات المتسارعة التي شهدها العالم لا سيما في مجال البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية فرض علينا ضرورة الكشف عن بعض القيم، و ذلك برصد و فهم التأثيرات التي تمارسها الصورة التلفزيونية عبر البث الفضائي الوافد ،ومن ثم الانطلاق من رؤية مفادها أن الصورة وما تتضمنه من وظائف، تمتلك القدرة في إحداث تغيرات تستهدف أحد عناصر الثقافة وهي القيم. وقد اتخذت الباحثة المرأة الريفية كعينة للدراسة الميدانية. فالمرأة تلعب دورا هاما داخل الأسرة الريفية في إنتاج القيم والمحافظة عليها لكن، في خضم التحولات التي عرفها المجتمع الجزائري وما رافقها من انفتاح على سياسات التنمية الريفية بربط الريف بالمدينة، وبدخول التلفزيون الفضائي أصبح العالم قرية صغيرة حسب مارشال ماكلوهان، بدأ الحديث عن تراجع دور المرأة داخل بنيتها الأسرية في عملية التنشئة الاجتماعية وإنتاج القيم بدخول فاعل جديد وهو التلفزيون لما يمتلكه من مميزات الصورة والصوت والحركة في تمرير قيم جديدة، ومن ثم جاءت هذه الدراسة لتلقي الضوء على موضوع صورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية و تأثيرها على منظومة القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية، أولا بهدف رصد صورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية من خلال دراسة تحليلية مكملة هذا من جهة، ومعرفة تأثيرات هذه الصورة على منظومة القيم من جهة أخرى. و لمعالجة هذا الموضوع تبنت الدراسة النظرية الوظيفية. و استنادا إلى بعض تحليلات نظرية الحتمية القيمية للدكتور عبد الرحمن عزي فبالنسبة لقيمة الحياء وحسب نتائج الدراسة فإنه هذه القيمة، تراجعت بسب جملة من العوامل منها: المشاهدة الجماعية ، المداومة على مشاهد المسلسلات المدبلجة ، عدد ساعات و أوقات المشاهدة إعادة الحلقات ، المواضيع و القضايا التي تطرحها هذه المسلسلات ،و يزيد من الخطر كثافة المشاهدة .أما بالنسبة لقيمة القرابة فلم تعرف تراجعا كبيرا وهذا مرده إلى اللحمة العائلية وقوة العلاقات الاجتماعية مع والأهل والأقارب بالرغم من وجود نسبة تقر بوجود تأثير هذه الأنماط التواصلية الجديدة على قيمة القرابة لدى المرأة عينة الدراسة. فيما يتعلق بقيمة المال نستنتج أن هناك توجه نحو النمط الاستهلاكي المادي لدى المرأة الريفية من خلال إشباع حاجاتها النفسية الاجتماعية بما فيها الكمالية والاهتمام

لمظهرها ولذاتها كأنثى. وبالنسبة لقيمة العمل فتراجع هذه القيمة يظهر تأثيرها عند الفئة التي ترغب في الخروج للعمل كما في المسلسلات المدبلجة، وهو تغير قيمي تحكمه سلطة الرجل في هذا المجتمع التي مازالت تهيمن على قرارات الأسرة الريفية .

يبدو أن المرأة الريفية في ريف بني سنوس والمجتمع الجزائري بشكل عام تتعرض إلى نوع من الاختراق الثقافي البطيء بحيث تتراجع منظومة القيم، أو تصبح غير وظيفية في استمرارية النسق العام ويبدوا أن دخول البث الفضائي عبر قنواتنا الفضائية العربية قد جعل المرأة تعرف صراعا للقيم القديمة بما هو جديد من القيم الوافدة تنتجها الصورة التلفزيونية، حيث يتم التأثير بشكل تدريجي و بطيء في جانبه المادي ،و يمكن القول أن القيم مثل: الحياء والقرابة والمال والعمل عرضة للتراجع إذا ما تم الأخذ بعين الاعتبار تاريخ دخول البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية إلى الجزائر عامة و المجتمع الريفي خاصة، الأمر الذي جعل المرأة الريفية تتراجع في العديد من وظائفها بشكل واضح داخل بنائها الأسري والمجتمعي.

الملاحق

الملحق رقم 01

إستمارة تحليل المضمون

تندرج هذه الاستمارة في إطار إنجاز دراسة تحليلية لصورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية للأطرودة دكتوراة في علم الإجتماع، تخصص علم الإجتماع الإتصال

ولأغراض هذه الدراسة تم إختيار عينة من المسلسلات المدبلجة(التركية ، الكورية والهندية).

تقبلوا منا فائق الإحترام والتقدير

خصائص العينة:

الجدول رقم (1):يدين عناصر المسلسلات المدبلجة والبلد المنتج لها ومتوسط زمن كل مسلسل ضمن عينة الدراسة:

عنوان المسلسل	القناة	البلد المنتج	عدد الحلقات	سنة الإنتاج	تاريخ العرض
نساء حائرات 4					
أنت قلبي					
ياسمين					
أنت جميلة					
من النضرة الثانية					

ملخص المسلسل:

....

....

....

....

....

الجدول رقم (2):يبين نوع القضايا التي يعالجها المسلسلات ضمن عينة الدراسة:

إسم القناة / نوع المسلسل	mbc1	mbc 4	mbc دراما	mbc بوليود
إجتماعي				
سياسي				
كوميدي				
رومانسي				

ملخص المسلسل:

………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………………………

الجدول رقم (3): يبين توزيع المسلسلات المدبلجة حسب فترة البث و الإعادة:

البث / إسم المسلسل	فترة البث			إعادة البث			
	صباح	ظهيرة	مساء	في نفس اليوم	في اليوم الثاني	لا يعاد	يعاد في آخر الأسبوع
نساء حائرات 4							
أنت قلبي							
ياسمين							
أنت جميلة							
من النضرة الثانية							

ملخص المسلسل:

....

....

....

....

....

الجدول رقم (4): يبين توزيع الأدوار حسب النوع والدور

النوع والأدوار / إسم المسلسل	عدد الإيناث		عدد الذكور		المجموع
	رئيسي	**ثانوي**	**رئيسي**	**ثانوي**	
نساء حائرات 4					
أنت قلبي					
ياسمين					
أنت جميلة					
من النضرة الثانية					
المجموع					

ملخص المسلسل:

....

....

....

....

....

الجدول رقم (5): يبين عدد الإيناث حسب نوع المسلسل

نوع المسلسل	نوعه	عدد الإيناث	النسبة المئوية ٪
أنت قلبي			
ياسمين			
نساء حائرات 4			
من النضرة الثانية			
أنت جميلة			
المجموع			

ملخص المسلسل:

....

....

....

....

....

صورة المرأة الأجنبية حسب المستوى الإجتماعي:

الجدول رقم (6): 1- صورة المرأة الأجنبية حسب الحالة الإجتماعية:

	إجتماعي		سياسي		كوميدي		استعراضي اجتماعي		رومانسي	
إسم المسلسل / **الحالة الإجتماعية**	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
متزوجة										
غير متزوجة										
مطلقة										
أرملة										
المجموع										

ملخص المسلسل:

....

....

....

....

....

الجدول رقم (7): الدور الإجتماعي للشخصيات الدرامية في عينة الدراسة

	إجتماعي		سياسي		كوميدي		استعراضي اجتماعي		رومانسي	
إسم المسلسل	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
الدور الإجتماعي	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
أم أو زوجة										
أخت										
عمة										
خالة										
حفيدة										
إبنة										
كنة										
جدّة										
المجموع										

ملخص المسلسل:

....

....

....

....

....

الجدول رقم (8): الطبقة الإجتماعية للشخصيات الدرامية حسب نوع المسلسل:

نوع المسلسل	إجتماعي		سياسي		كوميدي		استعراضي اجتماعي		رومانسي	
	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
العليا (غنية)										
المتوسطة										
دنيا (فقيرة)										
المجموع										

ملخص المسلسل:

....

....

....

....

....

الجدول رقم (9): مناطق السكن للفئات النسائية:

نوع المسلسل / مكان السكن	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
مدينة										
ريف										
المجموع										

ملخص المسلسل:

....

....

....

....

....

الجدول رقم (10): يبين توزيع الفئات النسائية حسب نمط التواصل بين المرأة و المرأة

نوع المسلسل / نمط التواصل	إجتماعي		سياسي		كوميدي		استعراضي اجتماعي		رومانسي	
	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
صداقة										
عدائية										
تنافسية										
أسري										
المجموع										

ملخص المسلسل:

....

....

....

....

....

الجدول رقم (11) يبين توزيع الفئات النسائية نمط التواصل بين المرأة والرجل:

نوع المسلسل / نمط التواصل	إجتماعي		سياسي		كوميدي		استعراضي اجتماعي		رومانسي	
	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
سيطرة (خضوع)										
تابعة له										
علاقة حب عاطفية										
علاقة زواجية										
صراعي										
المجموع										

ملخص المسلسل:

....

....

....

....

....

الجدول رقم (12) يبين توزيع الفئات النسائية نمط التواصل بين المرأة و الأبناء:

نوع المسلسل / نمط التواصل	إجتماعي		سياسي		كوميدي		استعراضي اجتماعي		رومانسي	
	أنت قلبي		ياسمين		نساء حائرات 4		من النضرة الثانية		أنت جميلة	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
سلبي										
إيجابي										
المجموع										

ملخص المسلسل:

....

....

....

....

....

الملحق رقم(02) :

إستمارة البحث الميداني

تندرج هذه الإستمارة في إطار إنجاز البحث الميداني للأطرودة دكتوراة في علم إجتماع، تخصص علم الإجتماع الإتصال حول:"صورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية وتأثيرها على منظومة القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية".

ولأغراض هذه الدراسة تم إختيار عينة من النساء الريفيات نموذجا للمرأة الجزائرية.

إذ نقدر لكم مجهودكم في سبيل الإجابة عن أسئلة هذه الإستمارةبكل عناية وصدق وموضوعية. مع العلم أنّ الإجابات المقدمة من طرفكم هي سندنا الأساسي في الوصول إلى نتائج علمية في بحثنا وتحقيق الأهداف المسطرة في البحث.

ونتعهد بأنّ المعلومات التي تدلون بها لن تستغل إلاّ في إطار البحث العلمي.

تقبلوا منا فائق الإحترام والتقدير

ملاحظة: في مكان الإجابة المناسبة الرجاء وضع علامة (X)، لا تذكري (إسمك أو أي معلومات شخصية غير مطلوبة).

إعداد الطالبة: بلجيلالي تورية إشراف الدكتور: بن لباد الغالي

2017-2016

البيانات الشخصية:

1-العمر:

أقل من 17 سنة ☐ 18-25 سنة ☐ 26-33 سنة ☐

34-41سنة ☐ 42-49سنة ☐ 50سنة فأكثر ☐

2-الحالة الإجتماعية:

متزوجة ☐ عزباء ☐ مطلقة ☐ أرملة ☐

3-المستوى التعليمي:

دون المستوى ☐ إبتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

4-عدد أفراد السرة:................

طبيعة المشاهدة ودوافعها على الفضائيات العربية

5-هل تشاهدين القنوات الفضائية العربية:

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

6-ما هي القنوات الفضائية العربية المفضلة لديك:...................................

7-ما نوع البرامج المفضلة لديك في القنوات الفضائية العربية:

أفلام ☐ مسلسلات ☐ موسيقى ☐ طبخ ☐ رياضة ☐ حصص دينية ☐ أخرى ☐

8-هل تتابعين المسلسلات المدبلجة على الفضائيات العربية:

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

9-ما نوع المسلسلات التي تفضلين مشاهدتها على الفضائيات العربية:

مصرية ☐ سورية ☐ خليجية ☐ تركية ☐ هندية ☐ كورية ☐ مكسيكية ☐ مغربية ☐ جزائرية ☐

10-أذكر أهم المسلسلات المدبلجة التي تحرص على متابعتها أكثر من غيرها على الفضائيات العربية..

11-هل تداومين على مشاهدة المسلسلات المدبلجة في الفضائيات العربية:

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

12-ما هي الأسباب التي تدفعك لمتابعة المسلسلات المدبلجة في الفضائيات العربية :

الإعجاب بموضوع القصة ☐

الترويح والتسلية ☐

الإعجاب بأبطال المسلسل ☐

المتعة و الإثارة ☐

المناظر الطبيعية ☐

أخرى ☐

13-ما هي الموضوعات والقضايا التي تناولتها المسلسلات المدبلجة ونالت إعجابك :

الثأر☐ لحبالخيانة الشرف ☐ الزواج☐ السياسة☐ المال☐ أخرى حدد☐

14-ما هي الأيام المفضلة في الأسبوع التي تزداد فيها مشاهدتك للمسلسلات المد بلجة:

الجمعة☐ الخميس ☐ كل أيام الأسبوع ☐ الإثنين ☐ الأربعاء ☐لاثاء ☐

15-ما هي الأوقات التي تتابعي فيها المسلسلات المدبلجة :

صباحا ☐ بعد الظهيرة ☐ مساء☐ ليلا ☐ في أوقات الفراغ ☐ أخرى حدد ☐

16-كم تبلغ عدد ساعات مشاهدتك للمسلسلات المدبلجة في اليوم:

☐ أقل من ساعة

☐ 1سا/2سا

☐ 3سا /4سا

☐ 5سا فما فوق

17-هل تشاهدين المسلسلات المدبلجة عند إعادتها: نعم ☐ لا ☐

18-هل ترغب أن تكون مشاهدتك للمسلسلات المد بلجة :

منفردة ☐ مع الأسرة ☐ بحسب الظروف ☐ أخرى حدد ☐

19-هل تظهر المرأة في المسلسلات المدبلجة بلباس : محتشم ☐ غير محتشم ☐

20-هل يعجبك لباس المرأة في المسلسلات المدبلجة وتريدين تقليدها: نعم ☐ لا ☐

21-هل مشاهدة المرأة بلباس غير محتشم في المسلسلات المدبلجة أمر عادي في أسرتك :نعم ☐ لا ☐

22-ما هو موقفك عند مشاهدة المرأة بمظهر غير لائق:

إحساسك بالخجل ☐ تغيير القناة ☐ أمر عادي ☐ موقف آخر ☐

23-هل مشاهدتك للمسلسلات المدبلجة باستمرار قلل من تواصلك مع أسرتك:نعم ☐ لا ☐

24-هل مشاهدتك للمسلسلات مدبلجة باستمرار قلل من فرصة زيارتك للأقارب :نعم ☐ لا ☐

25-هل علاقة المرأة بالرجل قبل الزواج في المسلسلات المدبلجة زادت من إهتمامك بالتعرف على شريك حياتك مسبقا دون تدخل الأسرة في اختيار الشريك من الاقارب: نعم ☐ لا ☐

26-هل خيانة الزوج لزوجته في المسلسلات المدبلجة غيّر من نظرتك للرجل: نعم ☐ لا ☐

27-هل سيطرة المرأة على الرجل في المسلسلات المدبلجة شجعك على تقليد ذلك:نعم ☐ لا ☐

28-هل مشاهدتك للمسلسلات المدبلجة زاد من إهتمامك بمظاهر الشراء: نعم ☐ لا ☐

29-هل تقوم بشراء سلعة (لباس، ماكياج...) التي تظهر بها المرأة في المسلسلات المدبلجة حتى و لو كانت باهظة الثمن : نعم ☐ لا ☐

30-ما نوع السلع التي أعجبتك في المسلسلات المدبلجة ودفعك للشراء:

الملابس ☐ المكياج ☐ الحلي ☐ حقائب اليد ☐ الأحذية ☐ أخرى حدد ☐

31-هل عمل المرأة في المسلسلات المدبلجة يشجعك على العمل:نعم ☐ لا ☐

32-ما هو العمل الذي يعجبك في المسلسلات المدبلجة وتريدين اشتغاله أذكريه:................

33-إذا كنت ترغبين في عمل معين شاهدته في المسلسلات الدبلجة من هو صاحب القرار في ذلك:

الأب ☐ الأم ☐ الأخ ☐ العم ☐ أخرى حدد ☐

قائمة المصادر والمراجع

*القرآن الكريم

أولا: المراجع باللغة العربية

1. أحمد عياد، مدخل لمنهجية البحث الإجتماعي، ديوان المطبوعات الجامعية (الجزائر)،2006.

2. إحسان محمد الحسن، علم إجتماع العائلة ، دار وائل للنشر(عمان)، ط1 ،2005 .

3. إنتصار إبراهم وصفد حسام الساموك، الإعلام الجديد، سلسلة مكتبة الإعلام (بغداد) ط1،2011.

4. بسام عبد الرحمن مشاقبة، مناهج البحث الاعلامي وتحليل الخطاب، دار أسامة للنشر والتوزيع (عمان)، ط1،2010 .

5. بوعلي نصير وآخرون ، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ، مكتبة إقرأ للنشر والتوزيع، ط1، 2009.

6. تيسير أحمد أبو عرجة، الإتصال وقضايا المجتمع، دار المسيرة (عمان)، ط1، 2013.

7. حسن حنفي، عالم الأشياء أم عالم الصور، مجلة فصول، العدد62، 2003.

8. رابح درويش ،علم اجتماع العائلة ، دار الكتاب الحديث (الجزائر)، دط،2010 .

9. زكريا عبد العزيز محمد،التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب ،ب ط،2002 .

10. سامية أحمد على و عبد العزيز شرف ، الدراما في الإذاعة و التلفزيون، دار الفجر(القاهرة)،ط3، 2000.

11. شاكر عبد المجيد، عصر الصورة السلبيات والإيجابيات، عالم المعرفة (الكويت)، ب ط،2006.

12. صلاح عبد الحميد، الإعلام وثقافة الصورة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع (القاهرة)،ط2013،1.

13. عبد الحميد بوقصاصة ، النماذج الريفية الحضرية لمجتمعات العلم الثالث في ضوء المتصل الريفي الحضري ، مخبر التنمية و التحولات الكبرى في المجتمع الجزائري ، جامعة باجي المختار (عنابة)،ب ط، ب س.

14. عبد الرحمن عزي ، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز ، مركز دراسات الوحدة العربية (بيروت)، ط2، 2009 .

15. عبد الرحمن عزي ، الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنظمة العربية :قراءة معرفية في الرواسب الثقافية، الدار المتوسطة لنشر، ط1، 2009.

16. عزي عبد الرحمن ،دراسات في نظريات الاتصال ، دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز ، مركز دراسات الوحدة العربية (بيروت)، ط2، 2009 .

17. عبد الرحمن عزي، عصام سليمان موسى وآخرون ، العرب والإعلام الفضائي، مركز دراسات الوحدة العربية (بيروت)،ط1 ،2004.

18. عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الدولي في القرن الحادي والعشرين، دار الميسرة (عمان)، ط2011،1.

19. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام العربي ضغوطات الحاضر وتحديات المستقبل، دار المسيرة (عمان)، ط1، 2011.

20. عبد الرزاق الدواي، في الثقافة والخطاب عن حرب الثقافات، حوار الهويات الوطنية في زمن العولمة، المركز العربي لأبحاث ودراسة السياسات، ط1، 2013.

21. عبد الطيف محمد خليفة، إرتقاء القيم – دراسة نفسية–، عالم المعرفة(الكويت)،1990 .

22. عبد الغني عماد ،سوسيولجيا الثقافة :المفاهيم و الإشكاليات ...من الحداثة إلى العولمة ، مركز دراسات الوحدة العربية (لبنان)، ط2، 2008.

23. عبد الله الرشدان، علم اجتماع التربية، دار الشرق(عمان)، ط1،2008 .

24. عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري ، أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية و السياسية ،دار غيداء للنشر و التوزيع(عمان)، ط1، 2013.

25. عبيدة صبطي، نجيب بخوش، الدلالة والمعنى في الصورة ، دار الخلدونية (الجزائر) ط1،2009 .

26. فارس عطوان ، الفضائيات العربية، دار أسامة (الأردن)، دط،2011 .

27. فاطمة حسين عواد الإعلام الفضائي ،دار أسامة للنشر والتوزيع (عمان)، ط1، 2010.

28. فاطمة عوض صابر ، مرفت على خفاجة ، أسس و مبادئ البحث العلمي ، مكتبة الإشعاع (مصر)، ط1، 2002.

29. فواز منصور الحكيم، سوسيولوجيا الإعلام الجماهري، دار أسامة (عمان)، ط2011،1.

30. فوزي مصمودي ،تلمسان بعيون عربية ، صدر عن وزارة الثقافة(تلمسان)، ط 1، 2011.

31. كامل خو رشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور- الخصائص- النظريات، دار الميسرة، (عمان)، ط1، 2011.

32. ماجد الزيود، الشباب و القيم في عالم متغير ،دار الشروق (عمان)، ط1، 2006.

33. محمد السويدي، مقدمة في دراسة المجتمع الجزائري تحليل سوسيولوجي للأهم مظاهر التغير في المجتمع الجزائري المعاصر، ديوان المطبوعات الجامعية (الجزائر)، د ط .

34. معن خليل عمر ،علم اجتماع الأسرة ، دار الشروق للنشر و التوزيع (عمان)،ط1 ،2000.

35. محسن جلوب جبر الكناني، الإعلام الفضائي والجنس، دار أسامة للنشر والتوزيع (عمان)،ط1.

36. محمد صاحب سلطان، وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، دار الميسرة (عمان)،ط1، 2012.

37. محمد عابد الجابري، العقل الأخلاقي العربي، مركز دراسات الوحدة العربية.

38. محمد عبد المعبود مرسي ،أحمد رأفت عبد الجواد ، علم الإجتماع عند تالكوت بارسونز، بين نظريتي الفعل و النسق الإجتماعي :دراسة تحليلية نقدية ، مكتبة العليمي الحديثة ، ط1، 2001.

39. محمد عبيدات و آخرون ، منهجية البحث العلمي :قواعد والمراحل و التطبيقات ، دار وائل للنشر و التوزيع (الأردن)، ط2، 1999.

40. محمد علي اليدوي، دراسات سوسيو-إعلامية، دار النهضة العربية (بيروت)، ط1، 2001.

41. مروان عبد المجيد إبراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق (عمان)، ط1، 2000.

42. ناصر الدين الأسد، نظرات في لغة المصطلح وفي مضمونه: أزمة القيم ودور الأسرة في تطور المجتمع المعاصر، مطبعة المعارف(الرباط)، سنة2002.

43. نصير بوعلي وآخرون، قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام ، منشورات مكتبة إقرا(قسنطينة)،ط1، 2009.

44. نورة بوحناش، إشكالية القيم في فلسفة برغسون، الدار العربية للعلوم ناشرو، دط، دس.

45. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية (القاهرة)، ط1، 2008.

46. همت حسن، دراسات في نظريات الإعلام، مصر العربية للنشر والتوزيع، ط1، 2010.

47. يحيي اليحياوي، الخطاب الديني في الفضائيات العربية مقربة من منظور الموسطة، مؤمنون بلا حدود للنشر والتوزيع (بيروت)، ط1، 2016.

ثانيا: المراجع المترجمة

1. ألفريد بل، بني سنوس و مساجدها في بداية القرن العشرين :دراسة تاريخية أثرية ، ترجمة محمد حمداوي ، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية (الجزائر) ,د ط ،2011 .

2. أنتوني غدنز بمساعدة كارين بيردسال ، علم الاجتماع مع مدخلات عربية ، ترجمة فايز الصباغ ، المنظمة العربية للترجمة و مؤسسة ترجمان (عمان) ،ط1 ،2001.

3. بيير بورديو ، التلفزيون و آليات التلاعب بالعقول ، ترجمة درويش الحلوجي ، دار كنعان للدراسات و النشر (دمشق)،ط1، 2004.

4. غي غوتيي، الصورة المكونات و التأويل ،ترجمة سعيد بنكراد، المركز الثقافي العربي(المغرب)،ط1، 2012.

5. موريس أنجرس ، منهجية البحث العمي في العلوم الانسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر(الجزائر)،ط2، 2006.

ثالثا: المعاجم والقواميس

1. جميل صليبا، المعجم الفلسفي، المجلد الأول، دار الكتاب اللبناني (بيروت)، 1978.

2. ر.بودون،ف.بوريكو، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، ترجمة سليم حداد، ديوان المطبوعات الجامعية،(الجزائر)،ط1،1986.

3. عبد المنعم الحنفي، المعجم الشامل للمصطلحات الفلسفية، مكتبة مدبولي (القاهرة)، ط1995،2.

4. عبدالرحمان البرقوقي، دولة النساء:معجم ثقافي،إجتماعي، لغوي عن المرأة،مكتبة الثقافة الدينية،ب ط، ب س.

5. عدنان أبو مصلح، معجم علم الاجتماع، دار أسامة للنشر والتوزيع(عمان).

6. عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط، دار الكتب العلمية (بيروت)، ط1،2005.

7. لسان العرب،دار صادر(بيروت)،ط1،ب س.

8. مجد الدين الفيروزآبادي، القاموس المحيط،دار الحديث (القاهرة)، مجلد واحد، ب ط،2008.

9. محمد التونجي،المعجم المفصل في الأدب،الجزء الأول،ار الكتب العلمية(بيروت)،ط2، 1999.

رابعا: الرسائل والدراسات الجامعية:

1. إبراهيم الهلالي، الشعر الشعبي الثوري الجزائري 1954-1962 منطقة بني سنوس نموذجا، رسالة الماجيستر، كلية العلوم الانسانية ة العلوم الاجتماعية ،جامعة تلمسان ،2010-2011.

2. السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، دراسة إستطلاعية بمنطقة البليدة، أطروحة دكتوراه، دولة في العلوم الإعلام والإتصال، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر، 2005-2006.

3. أميمة منير جادو، المضمون التربوي في الدراما المدبلجة (المسلسلات التركية والسورية) نموذجا دراسة في تحليل مضمون المادة وجمهور الأنترنت، باحث بالمركز القومي للبحوث التربوية والتنمية.

4. بن شراط نجاة ، حرفة الحصير بمنطقة بني سنوس و تنمية أبعادها الاجتماعية و الثقافية والاقتصادية ،رسالة ماجيستر أنثروبولوجيا التنمية ، كلية العلوم الانسانية ة العلوم الاجتماعية ،جامعة تلمسان ،2010-2011 .

5. ثريا التيجاني ،دور التلفزيون في تغيير القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري دراسة ميدانية ،اطروحة دوكتوراه دولة في علم الاجتماع الثقافي،كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ،كلية علم الاجتماع ،جامعة الجزائر 2006-2007.

6. راضية حميدة، المسلسلات المدبلجة وتأثيرها على قيم وسلوك الجمهور الجزائري، ماجستير في علوم الإعلام والإتصال، فرع وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر: 2005-2006.

7. سعيد ناصف ،تأثير القنوات الفضائية في منظومة القيم الإجتماعية دراسة إجتماعية ميدانية،2007.

8. صالح محمد على حميدة: صورة المرأة اليمنية في الدراما التلفزيونية المحلية: دراسة تحليلية ومسحية على جمهور الفضائيات اليمنية: ماجستير في علوم الإعلام والإتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 3،سنة 2008.

9. عبد الله حسين الصفار، إتجاهات الطلبة الجامعيين الكويتين نحو المسلسلات الدرامية المدبلجة في القنوات العربية(دراسة ميدانية)، رسالة ماجيستر في الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، 2012 .

10. عبد المجيد ذياب، وسام فاضل راضي، التعرض للمسلسلات التركية المدبلجة ورأي الجمهور بالمحتوى القيمي فيها: دراسة ميدانية على عينة من المراهقين من طلبة المدارس الإعدادية في مدينة بغداد، مجلة الباحث إعلامي (جامعة بغداد)، العدد 8، 2010.

11. عبد الناصر عزوز، أثر البث الفضائي التلفزيوني في تغيير القيم الاسرية – دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة المسيلة – ، أطروحة دكتوراه في علم الإجتماع الثقافي، قسم علم الإجتماع، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة الجزائر (2010-2011).

12. عبير ارشيد الخالدي، إتجاهات المرأة الكويتية نحو المسلسلات التركية: دراسة ميدانية، ماجستير في الإعلام،كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012.

13. عواطف زراي، صورة المرأة في السنيما الجزائرية تحليل نصي سيميولوجي لفيلمي "القلعة و "نوبة نساء جبل شنوة"، رسالة ماجيستر في علوم الإعلام والإتصال ، كلية العلوم السياسية و العلوم والإعلام ،جامعة الجزائر،2002.

14. مريم باقو صادق السنيمي، صورة المرأة الكويتية في الإعلام الكويتي من جهة نظر الإعلاميات، ماجستير كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2013.

15. ميس فريد جاد الله بدر، صورة المرأة الأردنية في الصحافة الأردنية اليومية، ماجستير في الإعلام: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2009 .

16. نصير بوعلي، أثر البيت التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري، دراسة تحليلية ميدانية.أطروحة دكتوراه الدولة في العلوم والإتصال، جامعة الجزائر، قسم علوم الإتصال: 2002 - 2003.

17. نعيم فيصل المصري، أثر المسلسلات المدبلجة في القنوات الفضائية العربية على القيم لدى الشباب الجامعي الفلسطيني: دراسة ميدانية، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية، المجلد الحادي والعشرون، العدد الثاني، ، يوليو 2013.

18. نفيسة نايلي (2012)، صورة المرأة في السينما المغاربية: دراسة تحليلية نصية لعينة من الأفلام الجزائرية والتونسية والمغربية في الفترة 2005-2009، أطروحة دكتوراه، كلية علوم الإجتماع والإتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر3، 2012-2013.

19. هاشمي الطيب ،التوجه الجديد لسياسة التنمية الريفية في الجزائر، أطروحة دوكتوراه في علوم الإقتصاد،تخصص إقتصاد التنمية ،كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير ،جامعة تلمسان،2014.

خامسا: المقالات والدوريات

1. فرحات نادية ، عمل المرأة و اثره على العلاقات الأسرية ، الاكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية،جامعة شلف،العدد8،2012.

2. سعد كاظم عطية ، اثر مشاهدة المسلسلات التركية المدبلجة على جرائم الاحداث- دراسة ميدانية -،مجلة العلوم الانسانية ،جامعة بابل،المجلد 23،العدد3،سنة 2010.

3. مجلة العرب،المسلسلات التركية تؤثر على الاستقرار الاجتماعي للمرأة العربية،العدد 38،سنة 2016.

4. محمد حمداوي ،المجال السكني العائلي في الوسط الريفي التقليدي :الدر و القرية لدى بني سنوس، مجلة إنسانيات ، عدد7، 1999،.

5. مصطفى مرضى، المجتمع الريفي :من الإستقلال إلى التبعية معالم ودلالات ،مجلة إنسانيات: المجلة الجزائرية في الأنثروبولوجيا والعلوم الإجتماعية ،عدد7،سنة 1999.

6. البث الفضائي العربي، التقرير السنوي 2014،الجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية ،إصدار اتحاد إذاعات الدول العربية .

7. البث الفضائي العربي، التقرير السنوي،2012-2013، الجنة العليا للتنسيق بين الفضائيات العربية ،إصدار إتحاد إذاعات العرب .

سادسا: المراجع باللغة الأجنبية

1. Alain Laramèe et Bernard Vallèe ,la recherche en communication èlèment de mèthodologie, presse de l'universitè du Quèbèc,2001.

2. Luc Campenhoudt ,Raymond quivy, manuel de recherche en sciences sociales ,4em edition (Paris), 2011,.

3. Omar Benbakhti , la stratègie sociale du dèveloppement rural: introduction aux mèthodes de l'approche participative ,editions Dar El Gharb (Oran), 2004.

4. Thierry Libaert, Introduction de communication,Dunod,Paris 2ème édition,2014.

5. Tourya Guaaybess, Télévisions arabes sur orbite :un système mèdiaique en mutation (1960-2004),Edition CNRS (Paris),2005.

سابعا: المواقع الالكترونية

1. http://www.mbc.net/ar/mbc4. يوم 27 فبراير 2016 الساعة 15:46

فهرس الجداول للدراسة التحليلية :

فهرس الجداول الدراسة الميدانية :

فهرس المحتويات

ملخص:

تناولت هذه الدراسة " صورة المرأة الأجنبية في الفضائيات العربية وتأثيرها على منظومة القيم لدى المرأة الريفية" دراسة بمنطقة تلمسان محاولة الكشف عن النماذج النسائية المقدمة في الفضائيات العربية لمعرفة صورتها الإجتماعية من خلال جملة من الأدوارالتي تؤديها المرأة الأجنبية في المسلسلات المدبلجة، كما تسعى الدراسة الميدانية إلى فهم وتحليل وتفسير تأثيرات تلك الصورة خلال العملية الإتصالية على منظومة وقيم لدى المرأة الريفية

الكلمات المفتاحية: الصورة، الفضائيات العربية، القيم ، المرأة الريفية

Résumé :

Cette étude a éété porté sur « l'image de la femme étrangère sur les satellites arabe et leur impact sur le système de valeurs chez les femmes rurales, » la zone d'étude est Tlemcen, en essayant de détecter des modèles féminins présentés dans les chaînes satellites arabes pour voir l'image sociale à travers un certain nombre de rôle effectué par les femmes étrangères dans les feuilletons, comme l'étude sur le terrain vise à comprendre et analyser et interpréter les effets de cette image au cours du processus de résolvabilité sur le système sur les valeurs des femmes rurales

Mots-clés: image, chaînes satellite arabes, les valeurs, les femmes rurales

Abstract :

This study was focused on "the image of the foreign woman on Arab satellites and their impact on the value system in rural women," the study area is Tlemcen, trying to detect female models presented in the Arab satellite channels to see the social image through a number of role played by foreign women in soap operas, as the field study aims to understand and analyze and interpret the effects of this image during the solvability process On the system of values of rural women

Keywords: image, Arab satellite channels, values, rural women